



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Facultad de Letras y Ciencias Humanas

Escuela Profesional de Comunicación Social

Diseño y ejecución de la Campaña Comunicacional por los Derechos Laborales de las Mujeres en el Perú de la ONG Asociación de Desarrollo Comunal (ADC) del 2006 al 2007

INFORME PROFESIONAL

**Para optar el Título Profesional de Licenciada en Comunicación
Social**

AUTOR

Zoila Elena VELA BENDEZÚ

ASESOR

Iris Gladys TINOCO CASALLO

Lima, Perú

2017



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Vela, Z. (2017). *Diseño y ejecución de la Campaña Comunicacional por los Derechos Laborales de las Mujeres en el Perú de la ONG Asociación de Desarrollo Comunal (ADC) del 2006 al 2007*. [Informe profesional de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Escuela Profesional de Comunicación Social]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.



ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE INFORME PROFESIONAL

En el Salón de Grados de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas a los veinticinco días del mes de octubre del dos mil diecisiete, siendo las 09:30 horas, con la Presidencia de la Mg. María Magdalena García Toledo, los miembros del Jurado calificador: Mg. Pedro Fernando Lovatón Sarco, Mg. José Ángel Paz Delgado y su asesora, la Lic. Iris Gladys Tinoco Casallo, se reunieron con la finalidad de escuchar la exposición del Informe Profesional: **"DISEÑO Y EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA COMUNICACIONAL POR LOS DERECHOS LABORALES DE LAS MUJERES EN EL PERÚ DE LA ONG ASOCIACION DE DESARROLLO COMUNAL (ADC) DEL 2006 AL 2007"**, que la bachiller VELA BENDEZÚ ZOILA ELENA, ha presentado a consideración de la Escuela, para obtener el Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social. La Presidenta del Jurado invitó al bachiller a exponer el Informe Profesional. Concluida la exposición el bachiller absolvió las preguntas que le formularon los miembros del jurado.

Terminada la sustentación se procedió a la calificación, resultando aprobado como **MUY BUENO** con la calificación de **DIECISIETE (17)**

La Presidenta manifestó que, habiéndose aprobado la sustentación, la Facultad de Letras y Ciencias Humanas recomienda a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos el otorgamiento del Título de Licenciado en Comunicación Social al bachiller VELA BENDEZÚ ZOILA ELENA.

Siendo las 11:00 horas concluyó el acto de sustentación, por lo cual los miembros del Jurado, dando fe de lo actuado, firman la presente Acta de Sustentación por quintuplicado.

Mg. Pedro Fernando Lovatón Sarco

Miembro

Mg. José Ángel Paz Delgado

Miembro

Mg. María Magdalena García Toledo

Presidenta

Lic. Iris Gladys Tinoco Casallo

Asesora

Agradecimientos:

A María Elena, mi madre, quien es una sindicalista de corazón.

A Javier, mi padre, quien siempre me alentó a cumplir este sueño.

A Víctor y Francisca, mis abuelos, que siempre serán la luz que guía mi camino.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Pág.

RESUMEN.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10

CAPÍTULO I EL QUEHACER PROFESIONAL

1.1	Identificación de la experiencia.....	12
1.2	Breve historia de la experiencia.....	12
1.3	Organización donde se realizó la experiencia.....	14
1.3.1	Filosofía organizacional.....	14
1.3.2	Reseña histórica.....	15
1.4	Público Objetivo... ..	19
1.5	Estrategias de trabajo.....	20
1.6	Periodos de ejecución.....	21

CAPÍTULO II SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

2.1	Objeto de sistematización.....	22
2.2.	Objetivos de sistematización.....	22
2.3.	Espacio temporal.....	22

CAPÍTULO III MARCO DE REFERENCIA

3.1	La comunicación en la organización sindical.....	23
3.1.1	Comunicación sindical externa.....	23
3.1.2	Comunicación sindical interna.....	24
3.2	Planificación estratégica de la comunicación.....	25
3.2.1	La estrategia de comunicación.....	25
3.2.2	La campaña de comunicación.....	26
3.2.3	Diferencia entre estrategia y campaña de comunicación.....	26
3.2.4	Componentes para el diseño de la estrategia.....	27
3.3	Materiales y productos de comunicación.....	29
3.3.1	Materiales gráficos.....	30
3.3.2	Materiales audiovisuales.....	31
3.3.3	Producción de materiales audiovisuales.....	32

CAPÍTULO IV METODOLOGÍA DEL PROCESO DE SISTEMATIZACIÓN

4.1	Identificación de la experiencia que se quiere sistematizar.....	35
4.2	Reconstrucción de la experiencia vivida.....	35
4.3	Elaboración de las matrices.....	36

CAPÍTULO V RESULTADOS DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

5.1	Participantes del proceso de sistematización.....	38
5.1.1	Asociación de Desarrollo Comunal.....	38
5.1.2	Trabajadoras sindicalistas.....	39
5.1.3	Trabajadoras de la economía informal.....	41

5.2	Marco contextual.....	44
5.2.1	Contexto social.....	44
5.2.2	Situación de los derechos de las mujeres trabajadoras en el Perú.....	48
5.3	Marco conceptual.....	49
5.3.1	Enfoque de género.....	49
5.3.2	Trabajo decente.....	50
5.3.3	Convenios y Recomendaciones de la OIT.....	51
5.4	Descripción de la experiencia.....	54
5.4.1	El proyecto TRABDEC.....	54
5.4.2	Estrategias del proyecto.....	55
5.4.3	Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú.....	60
5.4.4	Planificación de la campaña.....	63
5.4.5	Estrategias de la campaña.....	67
5.4.6	Diseño de materiales comunicacionales.....	83
5.5	Análisis de la experiencia.....	115
5.5.1	Públicos objetivo alcanzados durante la campaña.....	115
5.5.2	Materiales comunicacionales difundidos durante la campaña.....	119
5.5.3	Evaluación del nivel de conocimiento de los convenios fundamentales y prioritarios de la OIT en materia de igualdad.....	123
5.5.4	Logros y beneficios obtenidos por las centrales sindicales luego de la campaña.....	130
5.6	Situaciones problemas presentados en el desarrollo de la experiencia.....	132
 CAPÍTULO VI BALANCE DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL		
6.1	Propuestas para la superación de las dificultades presentadas.....	135
6.2	Desaciertos de la experiencia.....	136
6.3	Resultados e innovaciones efectuadas en el proceso.....	137
 CONCLUSIONES.....		
RECOMENDACIONES.....		
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Ficha del Proyecto TRABDEC.....	54
Tabla 2: Medios que se utilizaron en la Campaña.....	65
Tabla 3: Actividades realizadas en la Campaña	66
Tabla 4: Contenido de los spots radiales.....	101
Tabla 5: Relación de empresas radiales que recibieron los spots.....	102
Tabla 6: Contenido de las canciones lema.....	106
Tabla 7: Contenido de los vídeos documentales.....	113
Tabla 8: Productos comunicacionales sonoros y audiovisuales realizados..	121
Tabla 9: Conocimiento del público objetivo sobre Convenio 100 OIT.....	123
Tabla 10: Tema principal del Convenio 100 OIT.....	124
Tabla 11: Conocimiento del público objetivo sobre Convenio 11 OIT.....	124
Tabla 12: Tema principal del Convenio 11 OIT.....	125
Tabla 13: Conocimiento del público objetivo sobre Convenio 156 OIT.....	126
Tabla 14: Tema principal del Convenio 156 OIT.....	126
Tabla 15: Conocimiento del público objetivo sobre Convenio 183 OIT.....	127
Tabla 16: Tema principal del Convenio 183 OIT.....	127
Tabla 17: Modo en el cual el público objetivo conoció Convenios OIT.....	128
Tabla 18: Forma de aplicación de los Convenios OIT.....	129

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1: Estrategias de intervención del Proyecto TRABDEC.....	55
Gráfico 2: Etapas de la Campaña por los Derechos Laborales.....	63
Gráfico 3: Estrategias de la Campaña por los Derechos Laborales.....	68
Gráfico 4: Proceso de producción del Boletín Informativo.....	88
Gráfico 5: Proceso de producción de spots de radio.....	99
Gráfico 6: Proceso de producción de canciones lema.....	103
Gráfico 7: Proceso de producción de videos documentales.....	112
Gráfico 8: Públicos objetivo alcanzados durante la campaña	115
Gráfico 9: Detalles de públicos objetivo alcanzados durante la campaña....	116
Gráfico 10: Públicos objetivo alcanzados por género durante la campaña ..	117
Gráfico 11: Públicos objetivo alcanzados por tipos durante la campaña.....	118
Gráfico 12: Tipos de productos comunicacionales impresos distribuidos	120
Gráfico 13: Tipos de productos comunicacionales impresos distribuidos por públicos objetivo	121

ÍNDICE DE FOTOS

	Pág.
Foto 1: Lanzamiento de la Campaña con las secretarías de la Mujer.....	62
Foto 2: Lanzamiento de la Campaña con las organizaciones sindicales.....	62
Foto 3: Encuentro Nacional de Mujeres.....	77
Foto 4: Trípticos y adhesivos “Conoce tus derechos”.....	78
Foto 5: Capacitaciones para Trabajadoras del Hogar.....	80
Foto 6: Adhesivos de la Campaña para Trabajadoras del Hogar.....	81
Foto 7: Tríptico de presentación de ADC.....	84
Foto 8: Postal de la Campaña por los Derechos Laborales.....	85
Foto 9: Anverso y reverso del CD con canciones lema.....	104

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 1: Productos comunicacionales impresos.....	69
Ilustración 2: Calendario de la Campaña.....	87
Ilustración 3: Anverso y reverso del Boletín Informativo.....	90
Ilustración 4: Secciones Artículo y Marco Internacional del Boletín.....	92
Ilustración 5: Sección Entrevista del Boletín.....	94
Ilustración 6: Sección Especial del Boletín.....	96
Ilustración 7: Carátula y contracarátula del CD de spots.....	98
Ilustración 8: Banner virtual de la presentación de los videos.....	114

RESUMEN

La presente sistematización de la experiencia ha sido desarrollada desde el Área de Comunicaciones del Proyecto Trabajo Decente para las Mujeres del Perú – Proyecto de capacitación, fortalecimiento organizativo y promoción de la equidad de género en el ámbito laboral, ejecutado por la Asociación de Desarrollo Comunal – ADC.

Esta sistematización pretende dar a conocer la experiencia sobre la Campaña por los Derechos de las Mujeres Trabajadoras del Perú que comprende el diseño y la ejecución del plan, la interrelación con los públicos objetivos (jornadas de sensibilización y talleres intensivos sobre género y liderazgo) y las alianzas estratégicas que se realizaron para su gestión; y que fue llevada a cabo en las Provincias de Lima, Huaral, Barranca y Huaura, entre los meses de noviembre de 2006 y noviembre de 2007.

El aspecto central de la sistematización comprende la estrategia comunicacional del proyecto TRABDEC, que fue desarrollada de manera paralela con las estrategias educativa y política.

Se espera que este material pueda ser de mucha utilidad para desarrollar proyectos de desarrollo que identifiquen, incorporen y gestionen debidamente la estrategia comunicacional, ya que resulta fundamental para el cambio social que queremos.

INTRODUCCIÓN

Esta sistematización lleva por título “Diseño y Ejecución de la Campaña Comunicacional por los Derechos Laborales de las Mujeres en el Perú de la ONG Asociación de Desarrollo Comunal (ADC).

En el primer capítulo se detalla el quehacer profesional, donde se identifica la experiencia, se realiza una breve historia, se describe a la organización que la realizó, los públicos objetivos de la campaña, las estrategias de trabajo y el periodo de ejecución.

En el segundo capítulo se explica la sistematización de la experiencia: el objeto, los objetivos y el espacio temporal de la campaña de comunicación.

En tercer capítulo se detalla el marco de referencia y en el cuarto capítulo se explica la metodología del todo el proceso en base a las matrices empleadas.

En el quinto capítulo se muestran los resultados de la experiencia profesional, se detallan los participantes del proceso de sistematización, el marco contextual, se describe la experiencia, se realiza el análisis de la misma, y se narran las situaciones problemas que se presentaron durante el desarrollo de la experiencia.

En el sexto capítulo, se realiza un balance de la experiencia, se formulan propuestas para la superación de las dificultades, se muestran los desaciertos de la experiencia, los resultados e innovaciones efectuadas en el proceso. Finalmente, en el séptimo capítulo se realizan las conclusiones y recomendaciones, a fin de brindar aportes pertinentes para posteriores experiencias profesionales de esta misma índole.

CAPÍTULO I:

EL QUEHACER PROFESIONAL

1.1. Identificación de la experiencia

La presente experiencia se enmarca en la Campaña por los Derechos de las Mujeres Trabajadoras del Perú gestionada por el Área de Comunicaciones, a mi cargo, del Proyecto Trabajo Decente para las Mujeres del Perú – Proyecto de capacitación, fortalecimiento organizativo y promoción de la equidad de género en el ámbito laboral, ejecutado por la ONG ADC - Asociación de Desarrollo Comunal en las Provincias de Lima, Huaral, Barranca y Huaura, entre los meses de noviembre de 2006 y noviembre del 2007.

La campaña tuvo como objetivo dar a conocer a las mujeres trabajadoras de los sindicatos y de la economía informal, sus derechos laborales en materia de igualdad, para que a su vez puedan difundirlo a otras trabajadoras, defenderlos y exigirlos a sus respectivos empleadores.

1.2. Breve historia de la experiencia

La Campaña por los Derechos de las Mujeres Trabajadoras del Perú fue realizada en el marco del Proyecto: Trabajo Decente para las Mujeres del Perú – TRABDEC. Este proyecto de capacitación, fortalecimiento organizativo y promoción de la equidad de género en el ámbito laboral se llevó a cabo en un contexto político marcado por el proceso de las Elecciones Electorales en

el ámbito nacional y el desarrollo de las elecciones regionales y municipales (llevadas a cabo en noviembre del 2006), y la asunción de nuevas autoridades políticas a nivel nacional (julio 2006) y a nivel regional y local (enero 2007).

El proyecto TRABDEC se caracterizó por encontrar en las mujeres trabajadoras una gran necesidad de mejorar su situación económica y sus condiciones de vida a través del fortalecimiento de su capacidad productiva y organizativa, para lo cual se desarrollaron acciones de formación, capacitación, comunicación, asistencia técnica y acompañamiento organizacional a las trabajadoras de la economía formal e informal.

Como parte de las acciones de comunicación se realizó la difusión de materiales comunicacionales, a fin de que las mujeres conocieran sus derechos laborales y fortalezcan su presencia activa y efectiva dentro de sus asociaciones, organizaciones, sindicatos y en los órganos de decisión.

Una de las principales estrategias de nuestra intervención ha sido la articulación constante de las Secretarías de la Mujer de las centrales sindicales del Perú (CGTP, CUT, CTP y CATP) a través de reuniones permanentes para un trabajo y agenda unitaria para la definición de políticas públicas en materia de igualdad (la aprobación y promulgación de la Ley de Igualdad de Oportunidades, la ratificación del Convenio 183 de la OIT sobre Protección a la Maternidad, y la dación de la Ley de Responsabilidades Familiares Compartidas).

Asimismo, hubo un acompañamiento técnico permanente a las Secretarías de la Mujer de las centrales sindicales y de las lideresas de las organizaciones de la economía informal, lo cual constituye un aporte significativo de parte del proyecto, puesto que además de las actividades previstas desde ADC, hubo participación en eventos de mayor magnitud convocados por las mismas secretarías de la mujer a lo largo de la experiencia.

1.3. Organización donde se realizó la experiencia

1.3.1. Filosofía organizacional

La Asociación de Desarrollo Comunal, es una institución sin fines de lucro, fundada en el año 1995, con experiencia de 19 años de trabajo dirigida a mujeres de diferentes organizaciones sociales, que se encuentran en la marginación, exclusión y en situación de pobreza. También promovemos la transversalización de género en las instituciones públicas, en las organizaciones sindicales y organizaciones empresariales.

- **Misión**

Promovemos el desarrollo humano sostenible con igualdad de oportunidades desde una perspectiva de género.

- **Visión**

ADC es una institución autónoma, consolidada y de prestigio nacional e internacional; poseedora de un liderazgo innovador y con capacidad de incidencia política en materia de igualdad.

- **Valores**

- Independencia y pluralismo.
- Ética, transparencia y responsabilidad.
- Eficiencia, reciprocidad y confianza.
- Creatividad y flexibilidad.

- **Objetivos estratégicos**

- Objetivo estratégico de incidencia política

Los principales actores políticos, gremiales, nacionales y locales incorporan en sus agendas políticas el enfoque de género.

- Objetivo estratégico de fortalecimiento institucional

ADC desarrolla y aplica eficazmente nuevos instrumentos estratégicos de gestión política con enfoque de género en su trabajo institucional”.¹

1.3.2. Reseña histórica

“En 1995, en la ciudad de Huaura, María Bastidas, Miriam Bastidas y Roxana Mendoza, que se desempeñaban en las áreas del trabajo social y la pedagogía, decidieron formar la Asociación de Desarrollo Comunal – ADC, en

¹ <http://adc.org.pe/organizacion/>

respuesta a la grave crisis política, económica y social que enfrentaba el Perú en ese entonces.

ADC a fin de promover un desarrollo humano sostenible con igualdad de oportunidades desde una perspectiva de género, empieza a desarrollar en sus proyectos sostenibles y productivos, dirigidos principalmente a mujeres de la provincia de Huaura, para así mejorar sus condiciones de vida.

Entre ellos el PROYECTO MUDEL (Mujer, Municipio y Desarrollo Local), cuya ejecución contribuyó a mejorar las condiciones de vida de las mujeres de las zonas rurales de los distritos de Santa María, Végueta y Medio Mundo de la provincia de Huaura, beneficiándose un total de 300 mujeres.

Más adelante, con el apoyo de la Cooperación Española, ADC se expande y en 1998 abre su sede en la ciudad de Lima, empezando a trabajar en el empoderamiento de las mujeres de la economía informal y de las secretarías de la mujer de las organizaciones sindicales con su proyecto Trabajo Decente.

En 2005, ADC, en alianza estratégica con las instituciones de cooperación de España, lleva adelante el PROYECTO FATSI (“Formación y asesoría para fomentar la participación de las trabajadoras en organizaciones del sector informal de las provincia de Huaura y Lima”), el cual contribuyó en la mejora de las condiciones de trabajo y la calidad de vida de las mujeres trabajadoras del sector de la economía informal de las provincias de Huaura y

Lima, quiénes fueron capacitadas para potenciar y desarrollar sus capacidades y habilidades.

Del mismo modo, entre los años 2006 – 2011, se puso en marcha el PROYECTO TRABDEC (Trabajo Decente para las Mujeres del Perú) en su primera, segunda y tercera fase, en el que participaron lideresas de las organizaciones sindicales y las trabajadoras del sector de la economía informal de las provincias de Huaura, Chancay, Barranca, Lima y la provincia constitucional del Callao; en el 2008, el proyecto se extiende a las provincias de Arequipa y Huancayo. Las mujeres fueron capacitadas para el fortalecimiento organizativo y promoción de la equidad de género en el ámbito laboral y sindical. La ejecución de este proyecto favoreció a la disminución de la discriminación y la inequidad de género en el ámbito laboral y sindical.

En el año 2011, en alianza estratégica con la Red de Trabajadoras de la Economía Informal, se logró elaborar una propuesta para incorporar el enfoque de género en la Ley del Trabajador Autoempleado, impulsado por el Ministerio de Trabajo; una Comisión de Trabajo para abordar la problemática de este sector de mujeres conjuntamente con El MIMDES. También se presentó conjuntamente con la Red de Vigilancia Ciudadana con Enfoque de Género un informe sobre el cumplimiento del Convenio 111 de la OIT referido a la discriminación.

También, se ha impulsado la puesta en marcha del Proyecto Trabajo Decente para una Vida Digna de las Trabajadoras del Hogar (Lima), en cuyo

marco se ha impulsado el Programa de Capacitación y Especialización en cuidados de niños/as, personas adultas mayores, personas con discapacidad y administración del hogar en alianza con la Asociación de Municipalidades del Perú (AMPE) y la Universidad César Vallejo (Lima) Campus Lima Este, San Juan de Lurigancho.

Asimismo, se ha puesto en marcha el proyecto “Empoderamiento e inclusión en la Sociedad de la Información de las mujeres trabajadoras de la provincia de Lima” – Perú con la finalidad de lograr que se puedan incorporar activamente a la Sociedad de la Información (SI) mediante el uso y manejo de nuevas tecnologías de información y comunicación con enfoque de género.

Por otro lado, se ha seguido apoyando a las trabajadoras a domicilio a través del proyecto Fortalecimiento de las Organizaciones de Mujeres Trabajadoras a Domicilio del distrito de San Juan de Lurigancho (Lima), mediante el cual se ha desarrollado programas de capacitación en confección a máquina y tejido a mano para dirigido a las mujeres a fin de que puedan ingresar al mercado con mayores oportunidades.

Actualmente, se viene implementando el proyecto “Derechos laborales para las mujeres” en el Perú, el mismo que se orienta a potenciar la afiliación de mujeres y jóvenes trabajadoras en los sindicatos. En el marco de este proyecto se viene desarrollando programas de capacitación y asistencia

técnica, campañas de sensibilización y afiliación sindical; así como incidencia para la defensa de los derechos laborales de las mujeres”.²

1.4. Público Objetivo

La campaña tuvo los siguientes públicos objetivos:

- **Público primario:**
 - **Trabajadoras sindicalistas**, que pertenecían a la Confederación General de Trabajadores del Perú (CGTP), la Confederación de Trabajadores del Perú (CTP), Central Unitaria de Trabajadores del Perú (CUT) y Central Autónoma de Trabajadores del Perú (CATP).
 - **Trabajadoras de la economía informal**, que laboraban en el comercio ambulatorio, en su propio domicilio realizando manualidades, como empleada doméstica y en jornadas temporales en las labores agrícolas.
- **Público secundario**
 - Autoridades del gobierno central, regional y local (ministerios, gobiernos regionales, municipalidades provinciales, alcaldías, congreso, comisiones permanentes congresales, entre otros).
 - Organizaciones no gubernamentales (asociaciones, gremios de mujeres, organismos internacionales, entre otros)

² <http://adc.org.pe/organizacion/historia-de-la-adc/>

- **Aliados**

- Empleadores de empresas de transporte público.

1.5. Estrategias de trabajo

El proyecto utilizó estrategias educativas, comunicacionales y políticas. La estrategia educativa consistía en brindar capacitaciones y talleres cuyos temas principales eran: autoestima, liderazgo, empoderamiento, vigilancia ciudadana e igualdad de género.

Asimismo, empleó una estrategia comunicacional que consistió en la ejecución de la campaña de comunicación por los derechos laborales, constitución de alianzas estratégicas con algunos sectores del gobierno y con organizaciones no gubernamentales, presencia en medios de comunicación y en espacios de concertación con otras organizaciones y actores gubernamentales.

Finalmente, utilizó una estrategia política que consistió en la incidencia política en normativas nacionales de género e igualdad de oportunidades, para lo cual se crearon alianzas y coaliciones, logrando la articulación de las organizaciones para defender causas comunes con respecto a los derechos de las mujeres peruanas.

1.6. Periodos de ejecución

La Campaña por los Derechos de las Mujeres Trabajadoras del Perú fue ejecutada en las Provincias de Lima, Huaral, Barranca y Huaura, entre los meses de noviembre de 2006 y noviembre del 2007.

CAPÍTULO II:

SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

2.1. Objeto de sistematización

La experiencia ha sido sistematizada durante el proceso de diseño y ejecución de la “Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú” realizada en el marco del proyecto “Trabajo Decente para las Mujeres del Perú- TRABDEC” de la ONG ADC – Asociación de Desarrollo Comunal en las provincias de Lima, Huaura, Huaral y Barranca.

2.2. Objetivos de sistematización

- Recuperar una experiencia de comunicación de la primera campaña por los derechos laborales de las mujeres realizada por la Asociación de Desarrollo Comunal – ADC conjuntamente con las Secretarías de la Mujer de las Centrales Sindicales más importantes del Perú.
- Presentar nuevos enfoques en campañas de comunicación relacionadas al tema de derechos laborales con enfoque de género.
- Describir las estrategias y las actividades de comunicación que se ejecutaron en la “Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú”.

2.3. Espacio temporal

Esta experiencia está enmarcada entre los meses de noviembre de 2006 y diciembre de 2007.

CAPÍTULO III:

MARCO DE REFERENCIA

3.1. La comunicación en la organización sindical

3.1.1. Comunicación sindical externa:

La comunicación externa está orientada a generar consensos en el conjunto de la comunidad organizada y la sociedad en general, sobre aquellos temas que pertenecen a la agenda de la organización, pero que representan un aporte a la comunidad.

Asimismo, esta comunicación fija la posición de la organización sobre la realidad de los trabajadores en el país, la subregión y el continente, en temas políticos y estratégicos que la organización considere; lo cual significa, posicionar a la organización en su carácter histórico político frente a la sociedad, teniendo presencia a partir de sus informaciones internas y generando corrientes de opinión pública favorables a sus actividades.

Kaplún (1999) afirma:

Para lograr una mayor efectividad en la comunicación es importante tener en cuenta el tipo de medio al que se dirige, el grado de relación que se tiene con ese periodista en cuanto a la confiabilidad y reciprocidad existente; el contenido informativo, la importancia, el interés y el impacto de la noticia para el medio de comunicación. (p.7)

Cabe señalar que también cobra importancia la calidad periodística de la información (Concisión, novedad y adecuación al tipo de medio de comunicación) y el interés que ésta tiene para el público. De igual manera

cobra relevancia la personas involucradas: los que están afectados directamente por las noticias, los beneficiarios por la novedad y la proximidad al evento.

3.1.2. Comunicación sindical interna:

Una buena comunicación en los sindicatos permite que los trabajadores conozcan las líneas de acción y la dirección política de su organización; asimismo, brinda la posibilidad de que el personal se conozca más entre ellos y se compenetre entre sí forjando una misma identidad. Hay que destacar que el poder de la organización y de cada trabajador radica en la fortaleza de su conciencia colectiva, su memoria histórica y la función en la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

Los destinatarios internos de la comunicación van desde los afiliados a los directivos de la organización. Esta comunicación puede ser general o particular, lo cual quiere decir que puede ser destinada a uno de los segmentos de la organización (nivel de delegados de base, nivel de secretarios de seccionales, entre otros).

Para que cause un mayor impacto en el público al cual nos dirigimos, necesitamos conocer los hábitos de consumos de los destinatarios con relación a la lectura o medios audiovisuales y uso de PC e Internet. Luego de ello, podremos elegir el medio más adecuado para emitir los mensajes (ej. Desde un volante hasta un programa de radio).

El mensaje debe ser claro y conciso. No solo se trata de escatimar datos o contenidos para los integrantes del gremio, también se trata de no agotar el tiempo que los trabajadores pueden dedicarle al consumo de estos materiales, cualquiera sea su forma. Asimismo, el contenido de la información debe despertar el interés de los destinatarios, ya que no todas las informaciones tienen la misma valoración. Ibarra (2008) sostenía: “La información es el material básico para la formación de la opinión personal y colectiva (pública) en cuanto problema de los trabajadores; y la opinión política en cuanto a las futuras acciones que se realicen” (p. 9).

Cada trabajador debe estar bien informado para formar su propia opinión y contribuir a que los demás miembros hagan lo mismo. Esto implica desarrollar una estrategia eficaz y eficiente en la producción de información y comunicación para crear necesidad de ella en los destinatarios.

3.2. Planificación estratégica de la comunicación

3.2.1. La estrategia de comunicación:

Para comunicarse de forma efectiva se requiere una estrategia, es decir, un proceso estructurado de actividades comunicativas que se desarrolle con el propósito de alcanzar determinados objetivos.

Rodríguez (2002) afirma:

La palabra estrategia proviene del griego “estrategos”, expresión que significa “general”, palabra que históricamente ha estado asociada a ejercicios de carácter militar. En esencia, la estrategia se define como un determinado curso de acción que busca alcanzar una meta específica (...) Se ocupa de la manera más efectiva de alcanzar una meta a partir de las herramientas disponibles y del contexto en que se desarrolla. Una estrategia apunta a generar la capacidad necesaria para responder a

un entorno que cambia de manera muy rápida y alcanzar los objetivos específicos. (p. 26)

3.2.2. La campaña de comunicación:

Es una serie de actividades de comunicación en las cuales se pueden utilizar diferentes medios y canales de comunicación, siempre dirigidos a un público objetivo, a fin de cumplir las metas y objetivos de dicha campaña, en un tiempo determinado.

Rodríguez (2002) sostiene:

Una campaña de comunicación a menudo encontrará dificultades si alguno de los elementos que se sugieren en la definición no se cumplen a cabalidad (...) Puede ser poco efectiva si carece de una planeación sólida, si solo apela a productos aislados de comunicación, si no define con claridad su audiencia, si sus objetivos no son claros y si es de muy corta duración. (p.27)

3.2.3. Diferencia entre estrategia y campaña de comunicación:

Una campaña de comunicación se diseña para responder a una situación específica, mientras que una estrategia de comunicación puede ser utilizada de manera específica en el marco de dicha campaña, pero sus referentes conceptuales también podrán utilizarse en campañas subsiguientes.

Una estrategia de comunicación ofrece un marco conceptual y práctico para responder a una situación determinada aplicable en diferentes momentos, mientras que una campaña ofrece un paquete de procesos y acciones puntuales que responden a un problema específico, incluso con la aplicación de elementos provenientes de una estrategia.

A menudo, se puede hablar de estrategia de comunicación en un sentido muy amplio y realizar al interior de ella determinadas campañas utilizando una variedad de estrategias de comunicación.

3.2.4. Componentes para el diseño de la estrategia:

Un diagnóstico preciso permite recoger, sistematizar y analizar la información necesaria sobre el problema que queremos resolver mediante la comunicación, el contexto y la población afectada por el mismo.

Los componentes son:

- **Segmentación de audiencias:**

Cuando se identifican los públicos afectados por el problema y en el cual se concentrarán la intervención de la comunicación. Estos públicos afectados poseen características claves en común, los cuales se dividen en público objetivo primario (POP), y el público objetivo secundario (POS).

- **Priorización de comportamientos:**

Conformado por un grupo de decisiones y acciones que deben entenderse a partir del análisis de las costumbres, motivaciones, hábitos, actitudes, creencias y percepciones de los grupos objetivo.

Gutierrez y Wiegold (2000) sostienen: “Para poder identificar el comportamiento que deseamos que nuestro público objetivo adopte, se debe diferenciar primero entre el comportamiento actual, el ideal (lo que se debería hacer) y el comportamiento factible (se pueden adoptar)” (p. 45).

- **Objetivos de la comunicación:**

Definen los cambios que se espera que el público objetivo experimente o practique respecto a un problema determinado. Gutierrez y Wiegold (2000) afirman: “Se refiere específicamente al cambio en el nivel de conocimientos, actitudes o prácticas que se espera alcanzar en el grupo objetivo como resultado de la estrategia de comunicación (...) Los objetivos comunicacionales deben ser medibles, alcanzables, dirigidos, razonables y específicos en el tema” (p.50).

- **Definición de mensajes:**

El mensaje es el conjunto de ideas seleccionadas y jerarquizadas que queremos transmitir. Luego de haber realizado, en el plan de campaña, los objetivos de comunicación, estos se plasman en mensajes que sean lo suficientemente claros, sencillo, directos y motivadores para que el público objetivo internalice la necesidad de modificar sus conocimientos, actitudes o prácticas siguiendo lo que promueve el mensaje.

- **Selección y mezcla de medios:**

APROPO (2000) sostenía: “Se combinan adecuadamente los diversos tipos de medios existentes de tal manera que las actividades propuestas y los lugares establecidos por cada uno de ellos se articulen en una mezcla pertinente para el público objetivo al que se dirigen” (p. 69). Todo ello nos permitirá determinar los canales que se usarán para emitir el mensaje.

- **Tipos de medios:**

Para el caso de esta campaña descrita en el informe, se escogieron los siguientes medios (los cuales serán descritos más adelante).

- Medios impresos: Folder, calendarios, separadores, adhesivos, boletines y manuales.
- Medios sonoros: Spots de radio y canciones lema.
- Medios audiovisuales: Videos documentales.
- Medios virtuales: Los productos estuvieron colgados en la Página Web de la organización para su descarga.

- **Plan de trabajo**

En el que se tendrán en cuenta las personas que estarán involucradas en cada actividad, sus funciones y responsabilidades (organigrama de funciones), se listarán todas las actividades planeadas y las fechas en que se realizarán (cronograma) y los recursos que se necesitan para llevarlas a cabo (presupuesto).

3.3. Materiales y productos de comunicación:

Una vez realizada la selección de medios, se inicia la producción de los materiales comunicacionales que están orientados a difundir los mensajes a través de los medios seleccionados.

Rodríguez y Obregón (2002) afirman:

Los productos de comunicación son importantes en la medida en que hacen parte de un proceso y de una estructura y visión mucho más amplia de la comunicación, pero no pueden convertirse en el soporte de una estrategia o campaña. Incluso, una campaña o estrategia de comunicación puede disponer de diversos productos comunicativos de gran calidad. Sin embargo, si estos productos no están articulados a una visión de la comunicación como proceso su impacto será, considerablemente, disminuido. (p. 28)

3.3.1. Materiales gráficos:

Los materiales gráficos o también llamados materiales impresos incluyen, por un lado, materiales de formato pequeño y mediano, como los volantes, folletos y afiches, principalmente. También existen materiales de mayor formato como los paneles publicitarios y los murales; pero debido a las características de esta campaña, no fueron empleados.

Son los siguientes:

- Volante (hoja de menor formato: tamaño A-5 o mitad de A-4 que contiene información concisa del servicio y producto. Algunas veces llevan dibujos).
- Afiche (llama la atención de las personas en tránsito, transmitiendo un mensaje breve y conciso en una sola lectura).
- Folleto (carácter educativo comunicacional que da mayor información que un volante y/o afiche).
- Banderola (texto breve a través de una pieza de tela u otro material similar y va dirigido a un público transeúnte).
- Gigantografía (Puede ser mediana o grandes dimensiones. Suelen ser coloridos porque aprovechan las ventajas de diseño por computadora y la alta resolución de la impresión).
- Brochure (Contiene mayor y más detallada información sobre la organización y su presentación es de mayor calidad).
- Otros materiales (Folders, separadores de libros, calendarios y stickers).

3.3.2. Materiales Audiovisuales:

Forman parte del otro gran grupo de materiales o productos comunicacionales. Son aquellos que utilizan la imagen en movimiento o el sonido como codificación del mensaje.

Estos materiales son:

- **Spot radial:**

Utiliza el sonido como soporte comunicacional, tanto en el texto (palabra hablada), la música y los efectos sonoros (los dos últimos deben reforzar al primero). Por ello, el texto debe ser sencillo, directo y motivador, de acuerdo a las características del grupo objetivo.

- **CD Musical:**

Contiene canciones alegóricas especialmente creadas para una determinada promoción que a su vez son alternadas con canciones populares del momento. La presentación o la envoltura impresa también podría difundir las letras musicales de la campaña (cancionero).

- **Spot de video:**

Generalmente son transmitidos en la televisión comercial o el cine para promocionar algún producto o servicio, aunque en muchas ocasiones es utilizado en sistemas de circuito cerrado (TV en salas de espera de establecimientos de salud) o en proyecciones específicas en talleres de

capacitación y eventos promocionales, como material motivador para iniciar o complementar el tratamiento de un tema.

Es de corta duración, siendo la imagen el soporte del mensaje, complementando por el sonido y el texto. Este es el mismo caso de los cortometrajes que veremos a continuación.

- **Cortometrajes educativos o de ficción:**

Son producciones en video orientadas a la educación o a la sensibilización del público objetivo, según sea el caso. Ambos son utilizados como material didáctico en talleres de capacitación y eventos promocionales, aunque también pueden ser incluidos en circuitos cerrados de TV, en la televisión comercial o el cine.

Si el video es educativo, este busca crear y reforzar el uso de un determinado servicio a través de la reflexión acerca de su importancia y beneficios. Por otro lado, si el video es de ficción, generalmente busca sensibilizar y crear corriente de opinión pública sobre una problemática que quiere cambiarse.

3.3.3. Producción de materiales audiovisuales:

Diversos autores organizan la producción de material audiovisual en diferentes etapas:

- **La sinopsis:**

También llamada “story line”, resume la idea de cómo se va a desarrollar el tema en el video o spot radial y debe responder a los objetivos de comunicación previstos y a las características del grupo objetivo, según el tema previamente definido.

- **La Pre-producción:**

Incluye las actividades previas a la realización misma del material. Comprende:

- **La elaboración del guión**, presenta la secuencia de imágenes, textos y sonidos que veremos o escucharemos luego en el video o el spot de radio. El guión suele hacerse primero de forma literaria (sólo escrita) caracterizando los personajes, el argumento, los diálogos, locución y las locaciones (lugares); luego del guión literario, se elabora el guión técnico, describiendo las imágenes, secuencias, planos de grabación, sonidos, música, diálogos y locución, de tal forma que el director de producción tenga claridad sobre las características finales del material. En el caso de spots radiales, sólo se tomarán en cuenta los textos, música y efectos sonoros.
- **La preparación de la producción**, se refiere a todos aquellos aspectos que deben desarrollarse para preparar la producción masiva del material. Comprende la selección de actores, preparación del vestuario, selección de los lugares de grabación, escenografía, etc, y todo lo concerniente a la

organización para la producción: refrigerios, movilidad, hospedaje, etc. En el caso de spots radiales, también es necesario prever todos los aspectos logísticos para la producción.

- **Validación**, es la evaluación y puesta a prueba del material con el grupo objetivo antes de la producción. Busca evaluar la aceptación, comprensión, involucramiento, atracción y en general, la eficacia del material para efectuar los ajustes necesarios que garanticen el cumplimiento de los objetivos de comunicación previstos.

- **La Producción:**

Es la etapa de filmación del video de grabación del audio, de acuerdo al guión técnico y a los resultados de la validación. La producción es la realización misma del video o del spot de radio.

- **La Post-producción:**

Es la etapa final en la realización del material. En la post-producción o edición, se selecciona las imágenes filmadas más adecuadas, ordenándolas según las secuencias establecidas en el guión. A estas imágenes, se les añade de forma sincronizada la grabación de audio, depurando el sonido y coordinando diálogos, música, locución y efectos sonoros.

En el caso de la post-producción de un spot de radio, se seguirá la misma secuencia pero restringida al audio.

CAPÍTULO IV:

METODOLOGÍA DEL PROCESO DE SISTEMATIZACIÓN

Para el proceso de sistematización se llevaron a cabo los siguientes pasos:

4.1. Identificación de la experiencia que se quiere sistematizar:

La experiencia se enmarcó en la Campaña por los Derechos de las Mujeres Trabajadoras del Perú de Proyecto de capacitación, fortalecimiento organizativo y promoción de la equidad de género en el ámbito laboral, ejecutado por la ONG ADC - Asociación de Desarrollo Comunal en las Provincias de Lima, Huaral, Barranca y Huaura, entre los meses de noviembre de 2006 y noviembre del 2007.

La campaña tuvo como objetivo dar a conocer a las mujeres trabajadoras de los sindicatos y de la economía informal, sus derechos laborales en materia de igualdad, para que a su vez puedan difundirlo a otras trabajadoras, defenderlos y exigirlos a sus respectivos empleadores.

4.2. Reconstrucción de la experiencia vivida:

Fue muy importante contar con los documentos, los manuales, los informes y los materiales de comunicación realizados durante la campaña de comunicación, para poder realizar la sistematización de esta experiencia.

4.3. Elaboración de las matrices:

Se elaboró las matrices respecto a los puntos de la experiencia que se quieren resaltar:

- **Matriz 1: Inventario de productos**

Aquí se realizó un recuento de todos los documentos que se elaboraron en el marco de este programa.

- **Matriz 2: Objetivos, objeto y ejes de sistematización**

En la cual se respondió a 3 preguntas para la construcción de los objetivos, el objeto de sistematización y los ejes.

- **Matriz 3: Reconstrucción histórica**

Se hizo un recuento de las acciones que se desarrollaron dentro de la Campaña por los Derechos Laborales de Las Mujeres del Perú.

- **Matriz 4: Análisis de etapas de la experiencia**

En la cual se detallan los aspectos y etapas que se desarrollaron para llevar a cabo la Campaña por los Derechos Laborales de Las Mujeres del Perú.

- **Matriz 5: Interpretación crítica del proceso**

Se detalla las relaciones que ha habido entre las integrantes del equipo, las tensiones que se han suscitado en el proceso.

- **Matriz 6: Participantes del proceso**

Se menciona a las personas que han sido partícipes de estas actividades.

- **Matriz 7: Aspectos propositivos**

Se identificaron los problemas que se suscitaron y en base a ellos que alternativas de solución se dieron.

- **Matriz 8: Formulación de conclusiones y recomendaciones**

Finalmente en este punto, se elaboran las conclusiones y las recomendaciones finales, las cuales constituyen el gran aporte de la sistematización de la experiencia.

Todo este proceso iba acompañado de la revisión bibliográfica de los documentos elaborados respecto a las actividades realizadas, informes mensuales, informes de actividades.

CAPÍTULO V:

RESULTADOS DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

5.1. Participantes del proceso de sistematización

Hemos identificado y descrito a los participantes del proceso de sistematización de esta manera:

5.1.1. Asociación de Desarrollo Comunal:

La Asociación de Desarrollo Comunal (ADC) fue creada en el año 1995 como organización primordialmente femenina, teniendo como principales objetivos:

- Un Perú más justo y equitativo entre hombres y mujeres con igualdad de oportunidades en los campos social, económico, político y cultura.
- Una mayoría calificada de ciudadanas mujeres que conciertan mediante redes comunicacionales diferentes agentes locales (organizaciones de mujeres y de base mixtas, y organizaciones gremiales).

Un liderazgo femenino gravitante en el ejercicio de los derechos y deberes ciudadanos. Somos una asociación de profesionales comprometidas con el desarrollo local, regional y nacional desde una perspectiva de género.

5.1.2. Trabajadoras sindicalistas:

Este conjunto de mujeres trabajadoras participaron de este proceso y pertenecían a las 4 centrales sindicales del país:

- **Confederación General de Trabajadores del Perú (CGTP):**

La Confederación General de Trabajadores del Perú, cuya sigla es CGTP fue fundada en 1968 y reconocida por RD-18-DR el 29 de enero de 1971. Esta organización sindical es de “duración indefinida, ámbito intersectorial y territorial de grado superior que representa a los trabajadores/as dependientes e independientes de la ciudad y del campo, del sector público y privado, que lucha consecuentemente en defensa de los intereses de clase de estos sectores”.³

Cabe destacar que la CGTP “es el referente más importante de los trabajadores/as peruanos y está integrado por líderes de ambos sexos, con la fuerza política para defender los derechos laborales, el medio ambiente, los servicios sociales básicos y la producción nacional; además de ser el interlocutor válido ante los empresarios y el Estado, así como ante la opinión pública y las instancias donde se deciden las políticas que inciden sobre sus representados”.⁴

El fin supremo de la CGTP es lograr la democracia, justicia social y la dignidad del pueblo peruano.

³ www.cgtp.org.pe

⁴ www.cgtp.org.pe

- **Confederación de Trabajadores del Perú (CTP):**

Se funda el 01 de mayo de 1944 en Lima y su primer Secretario General y Fundador fue el Sindicalista Arturo Sabroso Montoya”.⁵

“Cabe destacar que quien promueve la organización del trabajo a través de la CTP es Haya de la Torre y se consolidado una estrecha colaboración entre el APRA y la CTP”.⁶

- **Central Unitaria de Trabajadores del Perú (CUT):**

Esta organización fue fundada en diciembre de 1993 y reconocida en registro oficial 001- folio 001 libro 1-98 MTPS.

Bastidas (2001) afirma:

Asume el «sindicalismo socio-político» que es una nueva concepción a partir de la cual se analizan las transformaciones generales, los problemas específicos del entorno laboral inmediato y su propia realidad interna. El movimiento sindical no evade la crisis ni su propia crisis, sino que la asume e impulsa en un proyecto global de economía, sociedad y Estado. Se encuentra afiliada a la Organización Regional Interamericana del Trabajo (ORIT), la que a su vez está afiliada a la Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres (CISL). (p. 117)

- **Central Autónoma de Trabajadores del Perú (CATP):**

En el año 1990, la Coordinadora Nacional de Organizaciones Sindicales de Base termina como tal y se constituye oficialmente en la CENTRAL AUTÓNOMA DE TRABAJADORES DEL PERÚ (CATP) conformado por: 111 Sindicatos tanto del sector asalariado como autónomo, 12 Federaciones Nacionales, 05 CATPS – Regionales y 05 Federaciones Departamentales y Provinciales.

⁵ <http://www.vanguardiaaprista.com/090522fecycl.html>

⁶ <http://www.deperu.com/abc/economia/3041/los-sindicatos-en-la-economia-peruana>

El 25 de Enero de 1991 es reconocido por el Ministerio de Trabajo mediante Resolución Divisional No. 01-91-RV-Rs del 04 de Enero de 1991.

El programa de reivindicaciones de la CATP lucha por el trabajo digno y empleo para todos. Un trabajo digno implica el trabajo productivo y remunerado; el respecto a los derechos laborales, especialmente de libertad de asociación y negociación colectiva; y la protección del trabajador y su familia a través de la seguridad social integral para todos.

Asimismo, el empleo para todos involucra a que “todo miembro de la sociedad en edad de trabajar tiene derecho a encontrar una oportunidad para emplear su capacidad productiva. El empleo desde la perspectiva del movimiento de los trabajadores exige una misión integral en atención fundamental de los derechos de los sectores más vulnerables”.⁷

5.1.3. Trabajadoras de la economía informal:

Por lo general las trabajadoras de la economía informal poseen malas condiciones laborales, lo cual se relaciona directamente con el aumento de la pobreza. Otras características son “la falta de protección en casos como el no pago de salarios, obligación de hacer sobretiempo o turnos extraordinarios, despidos sin aviso ni compensación, condiciones de trabajo inseguras y ausencia de beneficios como las pensiones, el reposo por enfermedad o el seguro de salud”.⁸

⁷ <http://catperu.wordpress.com/organizacion/posicion-y-orientaciones/>

⁸ <http://www.ilo.org/global/topics/employment-promotion/informal-economy/lang-es/index.htm>

Las mujeres, los migrantes y otros grupos de trabajadores vulnerables que no tienen otras oportunidades se ven obligados a aceptar trabajos en condiciones de informalidad.

- **Trabajadora ambulante:**

Son mujeres que se ganan la vida vendiendo una amplia variedad de mercaderías y servicios en las calles. Los/as trabajadores/as ambulantes representan una porción significativa de la economía informal urbana.

Bastidas (2008) afirma:

Las trabajadoras ambulantes en las provincias de Lima y Huaura venden sus productos en la vía pública, generalmente adquiridos al menudeo y en muchos casos a proveedores también informales. Los municipios llevan un registro de ellas y les cobran el derecho al uso de la calle, pero pueden cambiar en cualquier momento esta situación, prohibiendo que en ciertas calles y plazas se realice la venta iniciando acciones de desalojo y decomiso. (p. 19)

- **Trabajadora a domicilio:**

El trabajo a domicilio es la labor que una persona realiza generalmente en su propio hogar.

Bastidas (2012) sostiene:

Según la OIT, la define como la labor que una persona realiza en su domicilio o en otros locales que escoja (distintos de los locales de trabajo del empleador) a cambio de una remuneración, con el fin de elaborar un producto o prestar un servicio conforme a las especificaciones del empleador, independientemente de quién proporcione el equipo, los materiales u otros elementos utilizados para ello, a menos que esa persona tenga el grado de autonomía y de independencia económica necesario para ser considerada como trabajador independiente en virtud de la legislación nacional o de decisiones judiciales. (p. 78)

Bastidas (2008) afirma:

Cabe destacar que en el Perú, “el crecimiento espectacular de pequeñas y medianas empresas es atribuido a la práctica de la subcontratación (...)

trasladando algunas operaciones de la empresa a unidades productivas más pequeñas y de carácter informal (...) El trabajo a domicilio erige “cadenas de producción”, donde el último eslabón es la productora, es decir la trabajadora a domicilio, justamente la menos beneficiada de esta cadena. (p. 20)

- **Trabajadora del hogar:**

Bastidas (2008) sostenía: “El trabajo doméstico es la ocupación mercantil, proporcionalmente más importante de las mujeres trabajadoras fuera de su hogar. Es también el peor remunerado, sin cobertura social ni salud, con jornadas no reglamentadas, aislados y sin organización colectiva” (p. 22).

Bastidas (2012) afirma: “A inicios de los años setenta la OIT regional acuña el concepto de sector informal y considera al trabajo doméstico como parte de dicho sector “en el marco de un uso amplio del término, que incluye a una variedad de formas atípicas de trabajo básicamente dependientes” (p. 71).

Cabe señalar que las trabajadoras del hogar son consideradas elementos auxiliares de las amas de casa y laboran bajo acuerdo con sus empleadores, generalmente sin contrato de trabajo, derechos y beneficios laborales.

- **Trabajadora agrícola o temporera:**

Bastidas (2008) sostenía:

Son mujeres trabajadoras que “intervienen en las faenas agrícolas por períodos, especialmente en las temporadas de siembra y cosecha. Es un sector laboral que no existe dentro de las categorías de empleo. Carece de mínimos derechos laborales. El trabajo agrícola temporal se realiza a través de reclutamientos realizados por terceros que establecen las condiciones de

contratación y se reservan para ello una parte de la remuneración que es pagada por los contratantes. (p. 24)

5.2. Marco contextual

5.2.1. Contexto social:

Desde que el nuevo gobierno asumió el poder en Julio del 2006, el Perú está pasando por un periodo de crecimiento económico en el marco de una relativa estabilidad política. Durante el 2006, se realizaron dos elecciones. La primera, a mediados de año, dio como ganador a Alan García Pérez, líder del APRA, un partido de centro.

La segunda elección se realizó en noviembre del 2006. En esta última se eligieron a 26 presidentes regionales, a las autoridades de 195 provincias y 1828 municipalidades distritales. Estos funcionarios están en sus cargos desde enero del 2007. La mayoría de las autoridades elegidas son independientes o pertenecen a movimientos políticos locales. Esta situación ha generado reclamos mucho más decididos por temas como la descentralización política y administrativa.

Durante el 2006, el crecimiento económico superó el 7% y la inflación anual fue de sólo 1.5%. No obstante, la pobreza sigue siendo alta, ya que 48% de las familias pobres no pueden cubrir al menos una de sus necesidades básicas⁹. Un programa de transferencia de dinero en efectivo condicional hacia las familias más pobres, llamado “Juntos”, atiende

⁹ www.inei.gob.pe

actualmente a más de 266,000 familias. Los beneficiarios reciben cien soles en efectivo si cumplen con enviar a sus hijos/as a la escuela, registrarlos, asistir a los servicios de salud y colaborar en los programas contra la desnutrición infantil.

Los ingresos por concepto de tributación han aumentado hasta un estimado del 15% del PBI a fines del 2006. Esto es aún bajo comparado con el promedio de América Latina. Los impuestos que paga la industria minera, petrolera y gasífera llegaron a los 680 millones de dólares. El gobierno acaba de lanzar el programa Crecer, en el que 200 millones de dólares de estos 'recursos frescos' están destinados para financiar proyectos diseñados para la lucha contra la pobreza, la desnutrición y la exclusión social en casi todas las regiones más pobres del país. Junto con la estabilidad macroeconómica y la disciplina fiscal, este esfuerzo debería lograr mejores políticas sociales.

El presidente García ha vuelto a darle prioridad a la descentralización y ha hecho una transferencia de más de 1,500 millones de dólares a los gobiernos regionales y locales. El gobierno también ha iniciado una experiencia piloto para evaluar la municipalización de la atención primaria de salud y la administración de colegios y de programas educativos. A fines del 2006, el gobierno organizó un censo a maestros de escuela con el objetivo de obtener información actualizada sobre sus conocimientos, habilidades y competencias que, en general, son bastante pobres.

Con miras a resolver el problema de la duplicidad, ineficiencia y altos costos administrativos de la constelación de programas de alivio de la pobreza y de asistencia social, el gobierno ha empezado a racionalizarlos y los ha reducido de 84 a 26.

En el año 2007 se dieron una serie de sucesos que marcaron la historia de nuestro país. En el mes de marzo el Presidente de la República promulgó la Ley de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y Hombres (15 de marzo) en el marco del día Internacional de la Mujer; política que permite batallar contra las desigualdades y discriminaciones que sufren especialmente las mujeres en los diferentes ámbitos de la sociedad.

El 11 de julio se llevo a cabo la Gran Movilización Nacional convocada por la Confederación General de Trabajadores del Perú – CGTP junto a diversas organizaciones populares y partidarias para mostrar su rechazo a la actual política económica, así como para exigir el cumplimiento de las promesas electorales y la condena de las actitudes autoritarias del gobierno, los agravios contra los trabajadores, los insultos contra el magisterio y contra los sectores populares que reclamaron un cambio inmediato de su política antinacional y neoliberal. Dicha marcha significó una importante respuesta al gobierno.

Después de esta movilización histórica, los movimientos regionales y las organizaciones sindicales abrieron periodos de tregua, dando otra

oportunidad al gobierno para que modifique su conducta insultante y agresiva contra los maestros, los campesinos y los movimientos regionales.

Sin embargo, el actual gobierno ha ignorado al movimiento popular en su mensaje el 28 de julio. Ha intentando justificar los insultos proferidos contra los maestros y maestras, ha justificado el represivo Decreto Supremo 982 que criminaliza las protestas populares y amenaza con la inhabilitación a los presidentes regionales y alcaldes y funcionarios del propio gobierno, una irresponsable política de usar a las Fuerzas Armadas para convertirlas en amenaza para el pueblo peruano. Ha justificado la firma del TLC con los Estados Unidos haciendo pasar su firma como una victoria nacional. Insiste en liquidar al Sindicato Único de Trabajadores de la Educación peruana a través de la Ley de la Carrera Pública Magisterial. Continúa intentando quebrar la derrama magisterial. Y sobretodo, continua su alianza con la derecha económica, las empresas transnacionales y el fujimontesinismo.

En el mes de diciembre, a pesar de las diferentes luchas de los movimientos populares, se aprobó por el Senado de Estados Unidos el Tratado de Libre Comercio con Perú. El cual promueve la no la creación de nuevos estándares laborales ni la eliminación de estándares ya existentes, sino la obligación del Estado Peruano de cumplir con sus compromisos ya adquiridos con los/as trabajadores/as en materia de los derechos fundamentales contenidos en la declaración de la OIT de 1998, entre los que destacan: (a) Libertad de asociación y la libertad sindical y el derecho de negociación colectiva; (b) La eliminación de todas las formas de trabajo

forzoso u obligatorio; (c) Abolición de las peores formas del trabajo infantil; y (d) Eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.

5.2.2. Situación de los derechos de las mujeres trabajadoras en el Perú:

En el Perú a pesar de nuestro marco legal que “garantiza” la igualdad de derechos, persisten problemas de desigualdad entre mujeres y hombres debido a la falta de procedimientos adecuados, oportunos y específicos para aplicar los derechos contemplados en las convenciones internacionales y a la falta de reglamentación e incipiente experiencia en la interpretación de las nuevas leyes, desde una perspectiva de género.

El desconocimiento y la falta de interés por los derechos de las mujeres trabajadoras coartan el ejercicio efectivo de derechos que sancionan tanto las legislaciones nacionales como las normas internacionales.

En el ámbito sindical las mujeres siguen soportando frecuentemente los abusos de sus empleadores, los cuales van en contra de sus derechos laborales. Ante el limitado número de instituciones que las apoyen asesorándolas para fortalecer sus conocimientos en esta rama, la Asociación de Desarrollo Comunal – ADC – a través del Proyecto Trabajo Decente para las Mujeres del Perú busca difundir materiales comunicacionales que enseñen a las trabajadoras sus derechos laborales, además de brindarles asistencia técnica para mejorar sus condiciones de trabajo y de vida.

Por ello creemos que la difusión de la información sobre estos derechos es un instrumento capital para mejorar la condición y posición de las mujeres en la sociedad.

5.3. Marco conceptual

5.3.1. Enfoque de Género:

El Género, la Comunicación y el desarrollo, son ejes conceptuales primordiales para la comprensión de este informe. Pero no siempre han tenido esa sinergia que ahora poseen.

Portugal y Torres (1996) sostenían: “La relación entre mujeres y medios de comunicación ha estado siempre llena de escollo y de mutua desconfianza por largo tiempo. En el caminar del movimiento de mujeres, hecho de reivindicaciones de género primero, y de formulación de propuestas luego, los medios de comunicación han sido los más difíciles de permear” (p. 7).

Portugal y Torres (1996) afirmaban:

En los programas locales, nacionales e internacionales de investigación, en la definición de políticas, financiación y otras actividades se reconoce, al fin, que los numerosos y complejos problemas que encierra la frase *las mujeres, los medios de comunicación y el desarrollo* tienen una importancia crucial. Este reconocimiento refleja la proliferación de las actividades que ellas han postulado y las investigaciones feministas acerca de la igualdad de los sexos y las comunicaciones, así como el reconocimiento de los derechos de las mujeres por los movimientos internacionales. (p. 17)

Banco Mundial (2001) afirma:

El sexo hace referencia a unos roles socialmente contruidos, a unas conductas aprendidas socialmente y a unas expectativas relacionadas con las mujeres y los hombres. Las mujeres y los hombres son biológicamente diferentes —pero todas las culturas interpretan y elaboran estas diferencias biológicas innatas en un conjunto de expectativas sociales sobre qué actividades y conductas son adecuadas, y qué derechos, recursos y poderes poseen hombres y mujeres. (p. 2)

5.3.2. Trabajo decente:

Según la Organización Internacional del Trabajo – OIT define al Trabajo decente como la promoción de oportunidades para que mujeres y hombres obtengan trabajo decente y productivo en condiciones de libertad, igualdad, seguridad y respeto de la dignidad humana. Todos cuantos trabajan, mujeres y hombres, tienen derechos laborales. No sólo los asalariados en las empresas del sector estructurado, sino también los empleados por cuenta propia, los trabajadores eventuales y los del sector no estructurado, los sumergidos, y predominantemente las mujeres trabajadoras de la economía asistencial o del ámbito doméstico.

El concepto de Trabajo Decente se basa en el deseo expreso de hombres y mujeres de un trabajo que les permita acceder, a ellos y a sus familias, a un nivel de vida decente. Trabajo decente es el que satisface o colma con creces las normas básicas sociales, con lo que se fija un umbral para el trabajo y el empleo que abarca derechos universales y que, para una sociedad dada, es coherente con sus valores y objetivos. El trabajo decente se basa en las realidades, valores y objetivos de una sociedad dada. Pero es un concepto dinámico, cuyo contenido evoluciona con el progreso social y económico de un país dado. La agenda del Trabajo Decente pone la igualdad entre los géneros y los problemas del desarrollo en el corazón de la agenda de la OIT.

Este Trabajo Decente se concibe en 4 objetivos estratégicos: *el respeto por los principios y derechos fundamentales* es condición previa para

la construcción de un mercado de trabajo socialmente legítimo; *el diálogo social* es el medio por el que los trabajadores, los empleadores y sus representantes pueden discutir e intercambiar ideas acerca de los caminos para lograr tal objetivo. *La creación de empleo* es el instrumento esencial para elevar los niveles de vida y ampliar el acceso a los ingresos, en tanto que la *protección social* procura los medios para alcanzar la seguridad en los ingresos y la seguridad en el medio de trabajo. Estas distintas dimensiones del trabajo decente se refuerzan la una a la otra.

5.3.3. Convenios y Recomendaciones de la OIT

Los Convenios son conjunto de normas internacionales de trabajo que imponen obligaciones a los Estados, con la finalidad de mejorar las condiciones de empleo en todo el mundo.

En cuanto un Estado ratifica un Convenio y éste ha entrado en vigor (por lo general, doce meses después), el Estado tiene la obligación de amoldar su legislación y su práctica a las disposiciones del Convenio. De este modo, se incorpora el contenido de la norma internacional del trabajo a la legislación y a las prácticas nacionales.

Los convenios considerados fundamentales que consagran los derechos elementales de quienes trabajan son ocho. Estos deben ser ratificados y aplicados por todos los Estados Miembros de la organización. De ahí que se les denomine Convenios Fundamentales de la OIT. Estos

convenios deben cumplirse por los Estados miembros aún cuando no los hubiesen ratificado.

Cabe señalar que los Convenios Fundamentales y Recomendaciones en materia de Igualdad que son parte de la campaña de comunicación son 4:

- **Convenio 100: Igualdad de Remuneración, 1951:**

El Convenio 100 se refiere a la igualdad de remuneración entre hombres y mujeres por un trabajo de igual valor. La expresión “igual de remuneración” designa una tasa de remuneración fijada sin discriminación basada, directa o indirectamente, en motivos de sexo.

El Convenio se aplica a los salarios o sueldos básicos y a cualquier otro emolumento en dinero o en especie (suplementos, primas, prestaciones, etc) pagados por el empleador, directa o indirectamente, al trabajador o a la trabajadora, por concepto de remuneración de su trabajo.

- **Convenio 111: Discriminación (empleo y ocupación), 1958:**

Este convenio promueve la igualdad de oportunidades y de trato con respecto al empleo y la ocupación sin discriminación alguna por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social.

Los Estados que han ratificado el Convenio se comprometen a alcanzar la finalidad básica de la promoción de la igualdad de oportunidades y de trato mediante una política nacional cuyo propósito sea eliminar todas formas de discriminación en el empleo y la ocupación.

- **Convenio 156: Trabajadores con Responsabilidades Familiares, 1981:**

Este Convenio se dirige a instaurar a la igualdad de oportunidades y de trato en el empleo y la ocupación entre las trabajadoras y trabajadores con responsabilidades familiares y entre los trabajadores con responsabilidades familiares y los demás trabajadores.

Los Estados que han ratificado el Convenio deben incluir entre los objetivos de su política nacional el de permitir que los trabajadores con responsabilidades familiares desempeñen un empleo si ser objeto de discriminación y, en la medida de lo posible, sin conflictos entre sus responsabilidades profesionales y familiares.

- **Convenio 183: Protección de la maternidad, 2000:**

Este convenio aborda diversos temas relacionados con la maternidad: protección de salud de la madre y el hijo o hija, licencia de maternidad, licencia en caso de enfermedad o de complicaciones en el embarazo, prestaciones y protección del empleo y no discriminación.

El Convenio 183 mantiene los principios fundamentales de la protección a la maternidad, y entre otros cambios amplía su campo de aplicación a todas las mujeres empleadas; la protección no sólo a las enfermedades que sean consecuencia del embarazo o parto sino también a las complicaciones que pueden derivarse de estos; prevé un período de protección al empleo más

largo y; que todo Miembro debe adoptar medidas apropiadas para garantizar que la maternidad no constituya una causa de discriminación en el empleo.

5.4. Descripción de la experiencia

5.4.1. El proyecto TRABDEC:

El proyecto “Trabajo Decente para las Mujeres del Perú”, proyecto de capacitación, fortalecimiento organizativo y promoción de la equidad de género en el ámbito laboral, se desarrolló en Lima y provincias (Huaura, Huaral y Barranca) y la Provincia Constitucional del Callao entre los años 2006 y 2008 (*Tabla 1*).

El objetivo central del proyecto TRABDEC fue mejorar las condiciones de vida de las mujeres trabajadoras del Perú, promoviendo la incorporación de la perspectiva de género y la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en las estructuras, agendas y políticas sindicales y nacionales, a fin de reducir la discriminación e inequidad de género en el ámbito laboral del Perú.

Tabla 1: Ficha del Proyecto TRABDEC (2006-2007)

FICHA DEL PROYECTO	
NOMBRE	Trabajo Decente para las Mujeres del Perú - TRABDEC
INSTITUCIÓN	Asociación de Desarrollo Comunal - ADC
ÁMBITO DE INTERVENCIÓN	Lima, Callao, Huaura, Huaral y Barranca.
DURACIÓN	2 años (24 meses)
BENEFICIARIOS (AS) DIRECTOS (AS)	Trabajadoras sindicalistas y de la economía informal.
BENEFICIARIOS (AS) INDIRECTOS (AS)	Autoridades gubernamentales y Organizaciones.

OTROS ACTORES INVOLUCRADOS	Secretarías de la Mujer de las Centrales Sindicales, OIT, MIMDES, MINTRA, Congreso de la República.
----------------------------	---

Fuente: Elaboración propia

5.4.2. Estrategias del proyecto:

El proyecto tuvo 3 estrategias definidas: una educativa, otra comunicacional y política (Gráfico 1).

- **Estrategia educativa:**

El equipo del proyecto TRABDEC logró la apertura de las mujeres sindicalistas para que participaran de las jornadas de sensibilización y los talleres intensivos sobre género y liderazgo, círculos de estudios sobre igualdad de oportunidades y los cursos de vigilancia ciudadana. Posteriormente, también fueron incluidas las trabajadoras lideresas de la economía informal.

Gráfico 1 : Estrategias de intervención del Proyecto TRABDEC (2006-2007)



Fuente: Elaboración propia

Es importante señalar que toda esta estrategia educativa estaba orientada al fortalecimiento de capacidades institucionales en materia de género, pobreza y empleo de las organizaciones sindicales; así como su empoderamiento para la defensa de sus derechos laborales.

Complementariamente a los productos comunicacionales de la campaña, en cada actividad se les entregaba un manual sobre los derechos de las mujeres y los Convenios de la OIT que fueron incorporados en las carpetas de trabajo.

Estas actividades pertenecientes a la estrategia educativa del proyecto eran de mucha ayuda para la campaña, ya que recogíamos las opiniones de ellas, lo cual nos proporcionaba un marco de referencia y acercamiento con el público objetivo. Esta información fue de mucha utilidad ya que nos sirvió de insumo para elaborar los mensajes y los materiales comunicativos.

- **Estrategia comunicacional:**

Dentro del proyecto se contempló ejecutar una campaña de comunicación y de difusión sobre los derechos laborales. Para ello, se procedió a diseñar el Plan de Comunicaciones de la Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú, teniendo en cuenta los objetivos y los resultados que exigían el proyecto TRABDEC, así como también, las actividades que ya estaban destinadas a ponerse en marcha.

Esta campaña fue creada con el objetivo de sensibilizar a las autoridades gubernamentales, organizaciones sindicales y sociedad civil en general, sobre la problemática de las mujeres trabajadoras de la economía informal, a fin de lograr la incorporación de propuestas a favor de este sector en las políticas gubernamentales y/o plataformas de lucha sindical.

Para la ejecución de la Campaña por los Derechos de las Mujeres Trabajadoras del Perú se tomó en cuenta varias estrategias de comunicación (se explicarán al detalle más adelante). Estas fueron:

- Difusión de productos comunicacionales.
- Alianzas estratégicas con gobierno.
- Presencia en espacios de concertación.
- Alianzas estratégicas con ONGs.
- Incidencia mediática.

Por otro lado, sobre las características de las beneficiarias, cabe señalar que solo contábamos con información basada en investigaciones anteriores y referencias sobre generalidades. No había un diagnóstico previo referente a los conocimientos, aptitudes y práctica en ejercicios de sus derechos laborales.

En vista de ellos, se tuvo que convivir con las mujeres sindicalistas y mujeres de los gremios de la economía informal para buscar información acerca de lo que conocían, qué opinaban y cómo funcionaban sus derechos

en la práctica cotidiana. También se participó de los eventos que ellas mismas organizaban y se realizó una revisión bibliográfica sobre los temas a difundir.

Cabe resaltar que, durante la campaña, en todo momento, mantuvimos una relación estrecha y de confianza con las organizaciones y los/as dirigentes/as, brindándoles de esta manera el soporte de la Asociación de Desarrollo Comunal – ADC, a fin sensibilizarlos/as a desarrollar actividades conjuntas: talleres, cursos específicos, charlas para los/as afiliados/as, logrando comprometerlos/as en todo el proceso.

La participación activa con las beneficiarias, el intercambio de experiencias en espacios públicos y la convivencia con el público beneficiario logró que ADC tuviera un mayor acercamiento a su realidad como mujer trabajadora, atendiendo sus necesidades más urgentes y dándoles nuestro respaldo institucional para la defensa de sus derechos como mujer en los diferentes ámbitos (familiar, laboral y/u organizacional).

- **Estrategia política:**

La creación de redes con organizaciones internacionales, nacionales e instituciones públicas fue primordial para el éxito de esta Campaña.

Se constituyeron Redes de Mujeres Trabajadoras: sindicalistas y de la economía informal; las que a su vez contaban con núcleos de autoapoyo para la defensa de sus derechos laborales. Asimismo, se conformaron Comités

Impulsores para la vigilancia ciudadana en materia laboral e igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres con enfoque de género.

Estos comités tuvieron el aval de las Secretarías de la Mujer de las Centrales Sindicales a fin de dar seguimiento y propuestas al cumplimiento de los derechos de las mujeres trabajadoras, en el marco de los Convenios Fundamentales y Prioritarios de la OIT en materia de igualdad.

Durante todo el proyecto se consiguió realizar un trabajo conjunto y continuó con las centrales, federaciones y organizaciones sindicales (CGTP, CUT, CTP y CAPT), mediante la firma de convenios de cooperación interinstitucional, a fin de garantizar la incorporación del enfoque de género en las estructuras y políticas sindicales a través de acciones en beneficio de las mujeres sindicalistas.

Cabe destacar, que esta articulación con las Secretarías de la Mujer de las Centrales Sindicales se vio fortalecida en la Campaña por la Ratificación del Convenio Internacional N° 183 de la OIT sobre la Protección a la Maternidad en el Perú y la aprobación de la Ley de Responsabilidades Familiares Compartidas (Convenio N° 156 de la OIT)

De igual manera, se realizaron alianzas estratégicas con diversas entidades del Estado como el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social, Ministerio de Trabajo, la Mesa de Mujeres Parlamentarias, La Comisión de la Mujer del Congreso de la República, gobiernos regionales, municipalidades

distritales y provinciales, así como con entidades representativas de la sociedad civil.

Por otro lado, para la difusión de los derechos de las mujeres trabajadoras se realizó una alianza estratégica con organismos internacionales tales como: la Oficina Subregional de la OIT para los Países Andinos concretamente con el Especialista de Actividades para los Trabajadores, Sr. Oscar Valverde, quién nos proporcionó un dossier de manuales sobre los derechos de las mujeres y los Convenios de la OIT para ser incorporados en las carpetas de trabajo; y con Centro de Información de las Naciones Unidas (CINU).

5.4.3. Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú:

“Todos los seres humanos, sin distinción de raza, credo o sexo, tienen derecho a perseguir su bienestar material y su desarrollo espiritual en condiciones de libertades y dignidad, de seguridad económica y de igualdad de oportunidades”, es el principio rector de la OIT que enuncia su Constitución adoptada en 1919, quedó explícitamente confirmado en la Declaración de Filadelfia.

Desde entonces, la promoción de la igualdad de oportunidades y de trato entre las mujeres y los hombres sigue siendo un principio esencial de la política de la OIT para el progreso de la mujer y la mejora de la condición de

las trabajadoras en los Estados Miembros. La promoción de estos principios ha de considerarse bajo un enfoque relativo a los derechos humanos, a la justicia social y al desarrollo económico y social.

En este contexto, la Asociación de Desarrollo Comunal (ADC), institución peruana con quince años de experiencia promoviendo el desarrollo humano sostenible con igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres desde una perspectiva de género, aunó esfuerzos y se sumó a esta promoción.

En el marco del proyecto “Trabajo Decente para las Mujeres del Perú” (TRABDEC) se ejecutó la Campaña actividades para dar a conocer los Derechos de las Mujeres Trabajadoras y los Convenios Fundamentales de la OIT en materia de igualdad, espacio en el cual las entidades públicas, privadas, gobiernos locales, se les informó sobre estos temas, se analizó el cumplimiento de ellos y se plantearon las formas de cómo el Estado Peruano puede ratificarlos y cumplirlos.

Por ello, ADC realizó un trabajo conjunto con las Secretarías de la Mujer de las Centrales Sindicales del Perú: CGTP, CUT, CTP para el desarrollo de esta Campaña de Difusión que se orientó básicamente a informar sobre los Derechos de las Mujeres Trabajadoras y los Convenios Fundamentales de la OIT para que nuestros públicos objetivos los conozcan y los defiendan.

Para lograr el éxito de la Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres en el Perú” (Foto 1 y 2) fue necesaria la participación de los sectores

del Estado, gobiernos locales y regionales, así como la coordinación de las acciones a través de las Centrales Sindicales y la Sociedad Civil.

Foto 1 : Lanzamiento de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007) con las representantes de las Secretarías de la Mujer de las Centrales Sindicales.



Foto 2 : Lanzamiento de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007) con las organizaciones sindicales.



5.4.4. Planificación de la campaña:

En esta etapa se determinó lo siguiente (Gráfico 2):

Gráfico 2: Etapas de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)



Fuente: Elaboración propia

- **Objetivos:**

- **Objetivo general:**

Organizaciones sindicales, instituciones públicas y privadas, sociedad civil, autoridades locales, regionales y nacionales conocen los derechos laborales de las trabajadoras y los convenios de la OIT en materia de igualdad.

- **Objetivos específicos:**

- ✓ La Problemática de la Mujer Trabajadora es visibilizado por la sociedad.

- ✓ El Trabajo de ADC es visibilizado por nuestra audiencia meta: mujeres sindicalistas.
- ✓ Instituciones públicas y privadas conocen los derechos de las trabajadoras y si se respetan en la práctica.
- ✓ La sociedad civil se informa sobre la situación de los derechos de las trabajadoras.

- **Públicos objetivos:**

- **Público objetivo primario:**

- ✓ Trabajadoras sindicalistas
- ✓ Trabajadoras de la economía informal

- **Público objetivo secundario:**

- ✓ Autoridades locales, regionales y nacionales
- ✓ Organizaciones no gubernamentales
- ✓ Empleadores

- **Aliados estratégicos:**

- ✓ Organismos internacionales
- ✓ Gobierno
- ✓ Secretarías generales de los sindicatos.

- **Medios:**

Se seleccionaron los medios a utilizar de acuerdo al presupuesto del proyecto. Durante la campaña se vio la necesidad de realizar otros productos

que no se habían contemplado al principio, los cuales se efectuaron con la colaboración de empresas y realizadoras con sensibilidad social (Tabla 2).

Tabla 2: Medios que se utilizaron en la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

MEDIOS IMPRESOS	MEDIOS SONOROS	MEDIOS AUDIOVISUALES
-Folder -Calendarios -Separadores -Adhesivos -Boletines -Manuales	-Spots de radio -Canciones lema	-Videos documentales

Fuente: Elaboración propia

Estos productos comunicacionales (medios) fueron entregados en las actividades realizadas durante el proyecto.

- **Mensaje:**

Se plantearon algunos mensajes que encerraran las 3 palabras ejes de la campaña: *Mujer – Trabajo - Derechos*, estos fueron los siguientes:

- ✓ Mujer, conoce tus derechos y defiéndelos
- ✓ Conociendo tus derechos podrás exigir un trabajo digno con igualdad.
- ✓ Los convenios Fundamentales de la OIT promueven la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Finalmente, quedó el siguiente lema:

“Mujer trabajadora: conoce tus Derechos y busca la igualdad”

- **Actividades**

Las actividades de la campaña estuvieron comprendidas en 5 etapas: pre-lanzamiento, lanzamiento, conformación de alianzas, mantenimiento y cierre (Tabla 3).

Tabla 3: Actividades realizadas en la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

FECHA	ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO				
		SINDICATOS	ECONOMÍA INFORMAL	GOBIERNO	ORGANIZACIONES	EMPLEADORES
	PRE LANZAMIENTO					
27/09/2006	FORO CONVENIOS OIT	X			X	
05/10/2006	JORNADA DE SENSIBILIZACIÓN CGTP CALLAO	X				
08/10/2006	JORNADA DE SENSIBILIZACIÓN CTP	X				
	LANZAMIENTO					
06/12/2006	LANZAMIENTO DE LA CAMPAÑA-SEMINARIO X EL DÍA DE LA MUJER	X				
11/12/2006	SEMINARIO TRABAJO DECENTE			X	X	
11/12/2006	FORO POLITICAS DE GÉNERO	X		X	X	
	CONFORMACIÓN DE ALIANZAS					
15/01 AL 05/02/2007	ALIANZA ESTRATÉGICA CAMPAÑA DERECHOS			X		
06/02/2007	REUNIÓN MIMDES-SINDICATOS			X		
08/02/2007	COMISIÓN TÉCNICA LIO			X		
06/03/2007	CAMPAÑA DERECHOS LIMA - TRANS. PUBLICO					X
	MANTENIMIENTO					
06/03/2007	CAMPAÑA DERECHOS HUAURA	X	X	X	X	X
25/04/2007	ANIVERSARIO DE SITAMA	X				
08/05/2007	LA POLITICA SOCIAL COMO HERRAMIENTA PARA FAVORECER LA IGUALDAD DE GÉNERO		X	X		
18/05/2007 y 24/10/2007	CÍRCULO DE ESTUDIOS PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	X				

02/06/2007	DESC	X	X	X	X	
22/08/2007	CAMPAÑA DE DERECHOS CHANCAY - HUARAL	X				
22/08/2007	CAMPAÑA DE DERECHOS BARRANCA	X				
07/09/2007	CAMPAÑA DE DERECHOS LIMA	X			X	
24/10/2007	FORO DE INCLUSIÓN DE POLÍTICAS DE DESARROLLO CON ENFOQUE DE GÉNERO	X	X	X	X	
25/10/2007	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA CON ENFOQUE DE GÉNERO	X				
26/10/2007	FORO REGIONAL DE JUVENTUDES				X	
07 AL 28/11/2007	CAMPAÑA DERECHOS TRABAJADORAS	X		X	X	X
12/11/2007	ENCUENTRO REGIONAL ESTRATEGIAS SINDICALES TRABAJ.E.I.	X	X	X	X	
13/11/2007	TALLER INTENSIVO GÉNERO, PODER Y LIDERAZGO	X				
15/11/2007	SEM. INTERCAMB. DE EXPERIENCIAS DE VIGILANCIA CIUDADANA	X	X	X	X	
	CIERRE					
19/11/2007	SEM. INTERCAMB. DE EXPERIENCIAS SOBRE EL CÍRCULO DE ESTUDIOS PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	X				
21/11/2007	CURSO DE VIGILANCIA EN MATERIA LABORAL CON ENFOQUE DE GÉNERO	X				

Fuente: Elaboración propia

5.4.5. Estrategias de la campaña:

Para llevar a cabo la campaña, se tuvieron que emplear las siguientes estrategias comunicacionales: difusión de productos comunicacionales, alianzas estratégicas con gobierno, presencia de las ONG ADC en espacios de concertación, alianzas con otros organismos no gubernamentales e incidencia mediática (Gráfico 3).

Gráfico 3: Estrategias de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)



Fuente: Elaboración propia

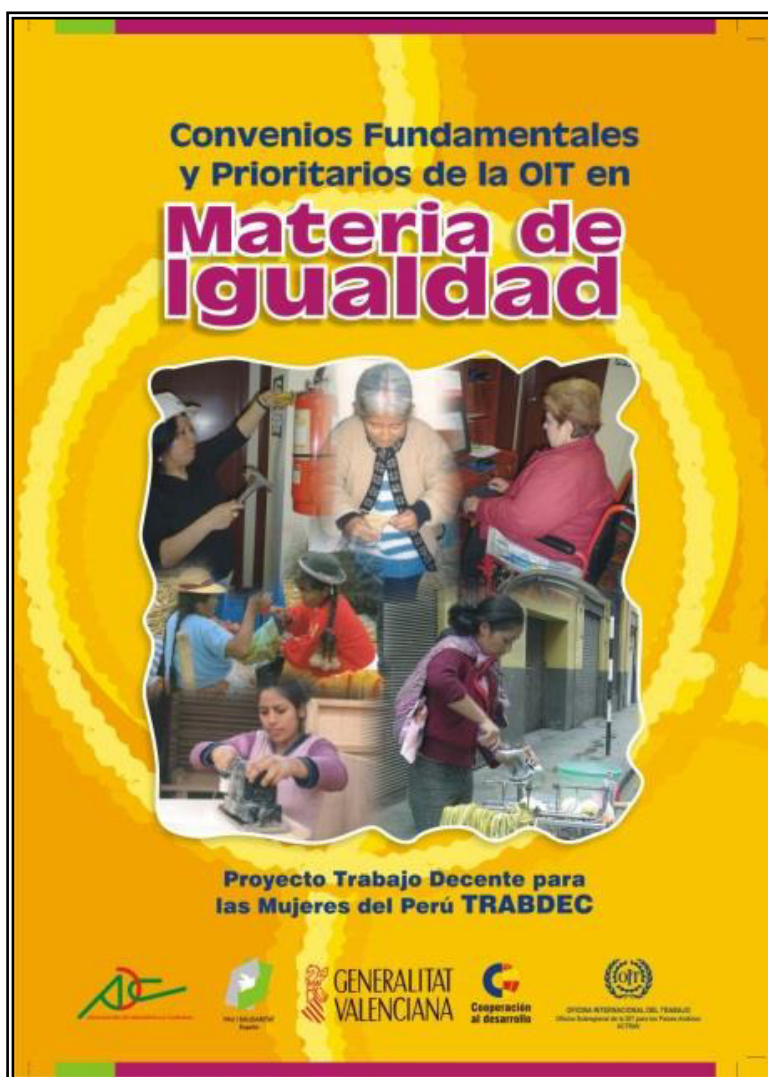
- **Difusión de productos comunicacionales:**

Se diseñaron una serie de materiales comunicacionales impresos (folders, calendarios, separadores, manuales, adhesivos, boletines informativos) y audiovisuales (spot de radio, canciones lema y videos documentales) que permitieron a la población beneficiaria estar informada sobre sus derechos y los Convenios Fundamentales y Prioritarios de la OIT en Materia de Igualdad (Ilustración 1).

La distribución de los materiales se realizó en las diferentes actividades previstas y no previstas del proyecto. Asimismo, la página web de la ONG ADC también sirvió como un medio para reforzar los mensajes priorizados de

esta campaña, ya que los productos fueron colgados para poder ser descargados por cualquier visitante.

Ilustración 1: Productos comunicacionales impresos (folder, calendario 2007, separador y adhesivos) de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)



Convenios Fundamentales
y Prioritarios de la OIT en

Materia de Igualdad

Proyecto Trabajo Decente para las Mujeres del Perú TRABDEC

Logos: AEC, Ministerio de Trabajo, GENERALITAT VALENCIANA, Cooperación al desarrollo.

Contact: info@trabdec.org.pe, info@trabdec.es, www.trabdec.org.pe
 Lima: J. Pablo Romagosa 177 01-607 - Santa Rosa - Telf: 424 - 9593
 Madrid: Av. Lope de Vega 51 - A - Telf: 212 - 3373

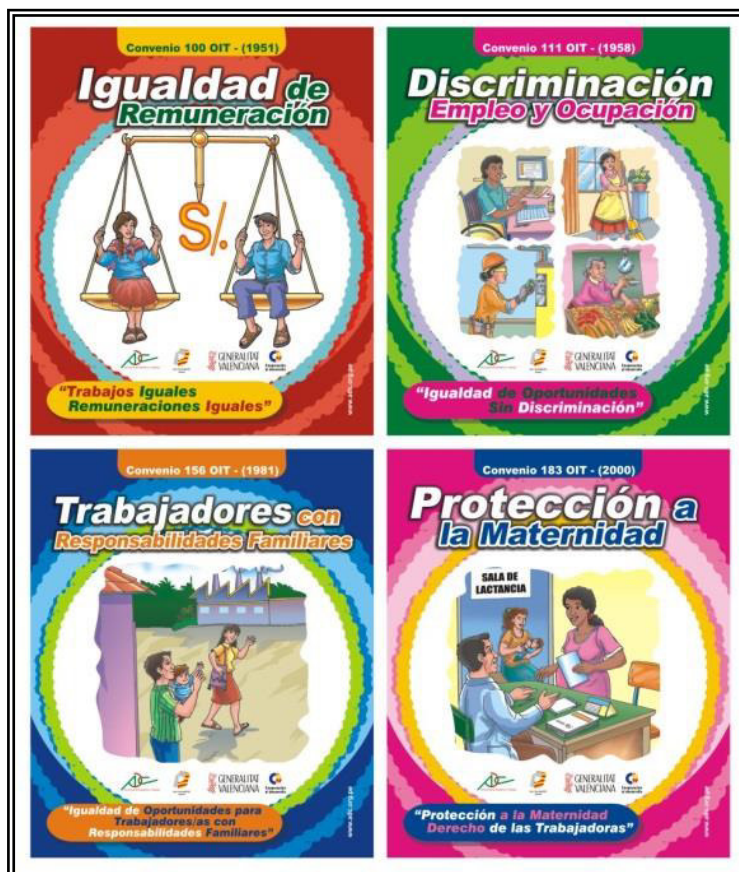
Convenios Fundamentales
y Prioritarios de la OIT en

Materia de Igualdad

Proyecto Trabajo Decente para las Mujeres del Perú TRABDEC

Logos: AEC, Ministerio de Trabajo, GENERALITAT VALENCIANA, Cooperación al desarrollo.

Contact: info@trabdec.org.pe, info@trabdec.es, www.trabdec.org.pe
 Lima: J. Pablo Romagosa 177 01-607 - Santa Rosa - Telf: 424 - 9593
 Madrid: Av. Lope de Vega 51 - A - Telf: 212 - 3373



Por otro lado, previo convenio y coordinación con el Comité Directivo de la Empresa de Transporte Público Inka Bus a fin de que nos facilite el pegado de los adhesivos en sus principales líneas de transporte ubicadas en los distritos de San Juan de Lurigancho, Huarochiri, Santa Anita, Huaycán y Canto Grande.

A fin de sensibilizar y comprometer a los/as jóvenes en esta temática, se organizó un Comando de Jóvenes Voluntarios/as, quienes informados y sensibilizados previamente por el Equipo de ADC, se trasladaron en los respectivos autobuses a las diferentes zonas para realizar la pega de adhesivos. Cabe señalar que cada grupo estuvo dirigido por una integrante de ADC.

Esta actividad superó las expectativas iniciales puesto que además de sensibilizar a empresarios y trabajadores (los choferes y cobradores/as) de dicha línea se logró que el público usuario también se informara de la campaña.

- **Alianzas estratégicas con gobierno:**

Con respecto a las alianzas estratégicas, se realizaron reuniones preliminares con diversas instituciones para el lanzamiento de la Campaña. También durante el desarrollo de la misma, se tuvo la oportunidad de participar y formar parte de mesas de concertación con diversas instituciones públicas y privadas en las cuales se expuso nuestra posición frente al tema de los derechos laborales.

Las alianzas estratégicas que realizó la ONG ADC fueron con diversas entidades del Estado como el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social, Ministerio de Trabajo, la Mesa de Mujeres Parlamentarias, La Comisión de la Mujer del Congreso de la República, gobiernos regionales, municipalidades distritales y provinciales, así como con entidades representativas de la sociedad civil.

- **Presencia en espacios de concertación:**
- **Participación en la Comisión de Revisión Técnica de la Ley de Igualdad de Oportunidades:**

La ONG ADC tuvo una participación importante en la Comisión de Revisión Técnica promovida por la Comisión de la Mujer y Desarrollo Social del Congreso de la República para la elaboración de la Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres (Ley N° 28983) promulgada en marzo de 2007.

El primer contacto se logró desde el área de comunicaciones del proyecto TRABDEC durante la realización de la campaña. Es en este momento, cuando la ONG ADC fue invitada a participar en la Comisión de Revisión Técnica promovida por la Comisión de la Mujer y Desarrollo Social del Congreso de la República para la aprobación de la Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres (Ley N° 28983), la cual fue promulgada ese mismo año, en el marco del Día Internacional de la Mujer (marzo 2007).

Dentro de esa ley, la ONG ADC contribuyó con la redacción del Art. 6 (inciso g –h) en donde incorpora el trabajo decente, la promoción de la formalización de las trabajadoras de la Economía Informal y la no discriminación de las trabajadoras del hogar.

- **Mesa de Género, Pobreza y Empleo de la Economía Informal:**

Se logró instalar la Mesa de Género, Pobreza y Empleo de la Economía Informal en la provincia de Huaura como una instancia de diálogo y concertación en materia laboral, con la participación del gobierno regional, provincial y distrital, colectivos de mujeres trabajadoras de la economía informal y representantes organizaciones sindicales. Las reuniones se llevaron a cabo en los meses de octubre a noviembre del 2007. Se realizaron en las instalaciones de la Casa de la Cultura de la Municipalidad Provincial de Huaura.

La organización de las reuniones fue tarea de la Asociación de Desarrollo Comunal - ADC quienes conforman la Mesa y se encargan de brindar asesoría y realizan el seguimiento respectivo de la Mesa ya constituida.

Las Organizaciones que participaron en esta Mesa de diálogo y concertación son las siguientes: mercado Cruz de Cano, AMANCHI, ARTECREA, Sindicato de Trabajadoras del Hogar, Asociación Provincial de Mujeres de la Economía Informal Unidas si Podemos, Trabajadoras Temporeras, Regidoras de la Municipalidad Provincial de Huaura, Regidoras de la Municipalidad Distrital de Huaura, regidora de la Municipalidad de Carquín, Regidora de la Municipalidad de Hualmay, Funcionaria de la Municipalidad Distrital de Chancay,

Funcionaria de la Municipalidad de Supe, representante del Ministerio de Trabajo, Director Regional de Trabajo.

La primera reunión se llevó a cabo el día 16 de Noviembre, fecha en la cual se constituyó la Mesa de Género, Pobreza y Empleo de la Economía Informal, a la cual asistieron representantes de la Dirección de Trabajo del Gobierno Regional de Lima, del Ministerio de Trabajo, de la Municipalidad Provincial de Huaura, del Sindicato de Trabajadoras del Hogar, de trabajadoras temporeras, comerciantes ambulantes y comerciantes de mercados.

Este espacio que se ha abierto con la autoridad regional es de vital trascendencia porque nos permitirá plantear políticas de erradicación de la pobreza, generación de empleo y promoción de la igualdad de género para mujeres y hombres de la región Lima Provincias. En ella podremos exponer la problemática del sector de la economía informal y de esta manera concientizar a las autoridades regionales y locales de la importancia de gestar un espacio integrado por los diferentes actores sociales involucrados en el tema de la lucha contra la pobreza y la igualdad de oportunidades.

- **Encuentro Nacional de Mujeres MESA DE CONCERTACIÓN DE LUCHA CONTRA LA POBREZA DE LIMA METROPOLITANA “Género e Infancia”:**

Las reuniones para la organización del Encuentro Nacional de Mujeres (13 y 14 de septiembre) se realizaron en el marco de la Mesa de Concertación de la Lucha contra la pobreza de Lima Metropolitana (Comisión de Género e Infancia) entre los meses de julio y septiembre, en donde la comunicadora del proyecto participó.

En la organización del evento participaron: Red Nacional de Promoción de la Mujeres – RNPM, ADC, CONAMOVIDI, MURUKUNATA, GRUPO NEGRO NACIONAL, VASO DE LECHE, MCLCP– Lima Metropolitana, FLORA TRISTÁN, CONADES – Mujer y Equidad, Grupo Género y Economía.

Un representante de la Red de Trabajadoras de la Economía Informal, expuso sobre la problemática de su sector en la Mesa redonda del día 13 de septiembre denominada: “Capitalismo Neoliberal, Trabajo, Explotación laboral y Violencia contra las mujeres”. Antes de su exposición mostró un reportaje hecho a las Mujeres Trabajadoras de la Economía Informal en un noticiero de una televisión local (Foto 3).

Foto 3: Encuentro Nacional de Mujeres realizada en el marco la Mesa de Concertación de la Lucha contra la pobreza de Lima Metropolitana durante la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)



- **Alianzas estratégicas con ONGs:**
- **Evento por el Día Nacional de los Trabajadores y Trabajadoras del Hogar:**

Por invitación del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, asistimos a las reuniones preparatorias conjuntamente con otras organizaciones que también veían el tema de la trabajadora del hogar. El evento se llevó a cabo el 1 de abril de 2007 en la Alameda “Chabuca Granda”.

En esta oportunidad, con el lema: “Trabajo Digno sin discriminación”, ADC hizo la difusión de trípticos y adhesivos referentes a los derechos de las trabajadoras del hogar (*Foto 4*) en los cuales se

detallaban las partes más importantes de la “Ley N° 27986 de los/as Trabajadores/as del hogar”.

Foto 4: Trípticos y adhesivos “Conoce tus derechos” para Trabajadoras del Hogar – Proyecto TRABDEC (2006-2007)



- **Mesa por la defensa de los derechos de las trabajadoras del Hogar:**

Las primeras reuniones para la formación de la Mesa de Trabajo para la Revisión de la Ley de la Trabajadora del Hogar se llevaron a cabo entre los meses de mayo y julio de este año. Las organizaciones que asistieron fueron: SINTRAGHOGARP, CCTH, CESIP, ANTRAH, IPROFOTH y ADC. La institución REDES sólo asistió una sola vez y luego se retiró de la Mesa, alegando que no disponían de tiempo suficiente.

De estas reuniones salió como producto un Plan de Trabajo de la Mesa antes de tener alguna reunión de evaluación con el MINTRA (reunión pendiente luego del evento realizado el 30 de marzo).

A pesar comenzado con el trabajo y la coordinación con organizaciones sindicales y organizaciones no gubernamentales para la instalación de la Mesa de Trabajo, no hubo continuidad en el desarrollo de las actividades, debido que el Sindicato Nacional de Trabajadoras del Perú - SINTRAHOGARP y el Centro de Capacitación de las Trabajadoras del Hogar - CCTH se retiraron del mencionado grupo de organizaciones alegando que tenían una agenda muy recargada y no podían continuar asistiendo a las reuniones de la mesa.

Recién en el mes de Noviembre, por iniciativa de ADC convocamos de nuevo a las organizaciones (IPROFOTH, ANTRAH, CESIP, CCTH y SINTRAHOGARP) para continuar con el proceso, pero sólo acudieron a la convocatoria CESIP – Centro de Investigaciones y ANTRAH, a pesar que se convocó a todas las organizaciones que participaron en la primera fase. En esta reunión se acordó constituir el grupo impulsor de la Mesa por los Derechos de la Trabajadora del Hogar con las organizaciones asistentes, y otras instituciones que posteriormente quieran incluirse.

Otro acuerdo tomado fue sostener una reunión con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en donde se planteará la realización de cursos y capacitaciones a funcionarios/as públicos/as

sobre la problemática de las Trabajadoras del Hogar y sus necesidades.

En las posteriores reuniones con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, se planteó la revisión del Plan con Trabajadoras del Hogar del 2007 y la realización de un Plan 2008 donde se propuso la instalación y el reconocimiento formal de una Mesa de Trabajadoras del Hogar.

Foto 5: Capacitaciones para Trabajadoras del Hogar – Proyecto TRABDEC (2006-2007)



- **Campaña por la defensa de los derechos de las trabajadoras del Hogar:**

Se dio inicio a una Campaña de difusión de adhesivos con lemas alusivos a los Derechos Laborales de las Trabajadoras del Hogar (*Foto*

6), los mismos que fueron debatidos por las representantes de las ONGs impulsoras.

Foto 6: Adhesivos de la “Campaña por la defensa de los derechos de las trabajadoras del hogar”– Proyecto TRABDEC (2006-2007)



La distribución de estos productos comunicacionales (4,000 unidades /1,000 por cada modelo de adhesivos se realizó durante la Movilización organizada por el Colectivo 25 de noviembre (en la cual participó ADC), en el marco del Día Internacional de la No Violencia contra la Mujer. (noviembre 2007)

Hasta el término de la campaña del Proyecto TRABDEC, se efectuaron 9 reuniones para la instalación de la Mesa por los Derechos de las Trabajadoras del Hogar en relación a la problemática de las Trabajadoras del Sector Informal.

Cabe destacar que la presencia de ADC en esta Mesa de Trabajo fue importante para la imagen de la Institución y la relación estrecha que

debe existir en la sociedad civil para logro de metas comunes en relación a este sector de mujeres.

- **Incidencia mediática:**

- **Reportaje Televisivo sobre las trabajadoras de la economía informal:**

A comienzos de la campaña, en el mes de noviembre de 2006 y previo a los eventos referente al proyecto Foro de Políticas de Género y Seminario sobre el Trabajo Decente por los Derechos, se coordinó con el programa Buenos Días Perú para que realizara un reportaje sobre el trabajo informal, sensibilizando a la población sobre la precariedad laboral de estas mujeres.

Ese mismo día la producción de programa visitó a las beneficiarias del proyecto que las cuales eran en su mayoría trabajadoras ambulantes y a domicilio. Al día siguiente, el video fue transmitido en el programa matutino de Panamericana Televisión.

- **Reportaje Televisivo vía microondas de la Campaña por los Derechos Laborales a través de transporte público:**

En el marco de la conmemoración por el Día Internacional de la Mujer organizamos conjuntamente con el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social y las Secretarías de la Mujer de las centrales sindicales un enlace en vivo vía microondas a través de un programa

periodístico de Canal N, para lanzar la Campaña por los Derechos Laborales mediante la difusión masiva (pega de adhesivos) de los Convenios de la OIT en materia de Igualdad, a través del transporte público.

Durante el enlace en vivo, estuvieron presentes la señora Ministra Virginia Borra, del Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social, así como el representante de la Empresa Inka Bus, el señor Héctor Vargas y las Secretarías de la Mujer de las Centrales Sindicales del Perú, dándose de esta manera un espacio de diálogo tripartito en materia de igualdad.

5.4.6. Diseño de materiales comunicacionales:

- **Diseño de materiales comunicacionales impresos:**

Antes de mi participación en el proyecto, ya se habían elaborado algunos productos comunicacionales de la campaña, tales como: ***folders, calendarios 2007, separadores y adhesivos***. Sin embargo, aún faltaba organizar el cómo distribuirlos, a quiénes entregarlos y los mensajes que se utilizarían en la elaboración otros productos que aún faltaba realizaban.

En la segunda etapa del desarrollo de la Campaña se realizaron otros productos comunicacionales, los cuales demandaron un mayor tiempo y elaboración:

- **Tríptico de presentación de ADC:**

Este producto fue realizado con la finalidad de presentar una imagen renovada de la ONG con sus públicos objetivos, señalando la filosofía institucional de ADC respondiendo las siguientes preguntas: ¿Quiénes somos? ¿Qué anhelamos? ¿Qué labor realizamos? ¿A quiénes nos dirigimos?

Asimismo, se colocó el nuevo slogan de la institución el cual sintetizaba la misión corporativa: “Igualdad en el Trabajo para la Mujer Peruana” (Foto 7).

Foto 7: Tríptico de presentación de la ONG Asociación de Desarrollo Comunal– Proyecto TRABDEC (2006-2007)





- Fotografías para postales y trípticos:

A lo largo del proyecto se tomaron fotografías a la beneficiarias en sus respectivas labores para poder graficar de alguna manera los materiales de comunicación de las actividades previstas en el proyecto. Asimismo, se realizaron postales con esta fotografías que de alguna manera hacía que se identificasen con el proyecto y sintieran que eran una parte importante de él (Foto 8).

Foto 8: Postal de la “Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres en el Perú”– Proyecto TRABDEC (2006-2007)



- **Calendario 2008:**

Se elaboraron aproximadamente 1,000 calendarios del año 2008, con un tamaño de 32 c.m. X 68 c.m. El material empleado fue un papel de mayor gramaje que el del afiche-calendario 2007, debido a que se consideró, en esta ocasión, que pudiera conservarse en buen estado durante un tiempo prolongado (*Ilustración 2*).

Con respecto a la elaboración del calendario, se conservaron los diseños utilizados en los adhesivos, que son viñetas que grafican de manera didáctica los cuatro Convenios Fundamentales y Prioritarios de la OIT en Materia de Igualdad. (Convenio N° 100: “Igualdad de remuneración”, Convenio N° 111: “Discriminación (empleo y ocupación)”, Convenio N° 156: “Trabajadores con responsabilidades familiares” y Convenio N° 183: “Protección a la Maternidad”).

Cabe destacar que se colocaron el logo de la ONG que ejecuta el proyecto y de las organizaciones que lo financian.

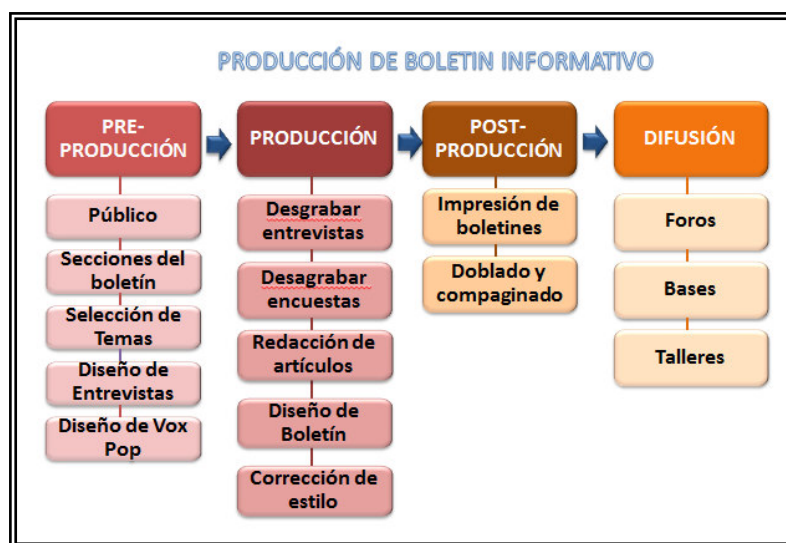
Ilustración 2: Calendario 2008 de la “Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres en el Perú” – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

2008 Convenios Fundamentales y Prioritarios de la OIT en Materia de Igualdad							
Trabajo decento para las mujeres del Perú							
Convenio 111 OIT (1958) Igualdad de Remuneración 	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
	7	8	9	10	11	12	13
	14	15	16	17	18	19	20
	21	22	23	24	25	26	27
	28	29	30	31			
Convenio 100 OIT (1951) Discriminación Empleo y Ocupación 	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
	4	5	6	7	8	9	10
	11	12	13	14	15	16	17
	18	19	20	21	22	23	24
	25	26	27	28	29		
Convenio 109 OIT (1951) Trabajadores con Responsabilidades Familiares 	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
	3	4	5	6	7	8	9
	10	11	12	13	14	15	16
	17	18	19	20	21	22	23
	24	25	26	27	28	29	30
	31						
Convenio 182 OIT (2002) Protección a la maternidad 	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
	1	2	3	4	5	6	7
	8	9	10	11	12	13	14
	15	16	17	18	19	20	21
	22	23	24	25	26	27	28
	29	30	31				
Convenio 183 OIT (2003) Protección a la Maternidad Derechos de los Trabajadores 	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
	6	7	8	9	10	11	12
	13	14	15	16	17	18	19
	20	21	22	23	24	25	26
	27	28	29	30	31		

- Boletín informativo:

Se editaron 1,000 ejemplares del Boletín Informativo “VOZ MUJER: Igualdad en el Trabajo para la Mujer Peruana” para ser difundidos en de Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres del Perú (Gráfico 4). En su diseño se utilizó la misma unidad cromática de los diseños de los productos comunicacionales impresos (afiche, folders, separadores y adhesivos) como son el fucsia, verde claro y amarillo para definir el Isotipo del boletín, los bordes de cada sección, las letras de las secciones y los títulos de los artículos.

Gráfico 4 : Proceso de producción del Boletín Informativo “Voz Mujer” de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)



Fuente: Elaboración propia

Asimismo, el tamaño de la publicación estaba hecha en formato A4 (21 x 29.7 cm), a full color y en papel couché. El contenido de la misma estaba distribuido en 8 páginas y dividido en secciones, cuyos nombres

estaban colocados en la parte superior de cada una de las páginas (izquierda o derecha si fuera el caso).

Por ser la única publicación que se editaría de este boletín Voz Mujer, la información que debería contener debía ser un referente de consulta por parte de las organizaciones de mujeres, ongs y entidades públicas sobre los derechos laborales en materia de igualdad.

Es decir, esta edición no sólo debería cumplir la función de **informar** y **comunicar** sino también la de **educar** (IEC). Por ello, se eligieron los textos que iban a complementar dicha información basada en artículos, notas informativas, entrevistas y encuestas vox pop realizadas a las sindicalistas que asistieron a nuestros talleres.

A pesar de que la información que contenía la publicación debía servir como referente de consulta y teniendo en cuenta que el lenguaje utilizado en las organizaciones no gubernamentales es sumamente técnico, se redactaron los artículos de manera clara y sencilla, sin descuidar la terminología característica del tema tratado en la campaña.

El Boletín estuvo dividido en las siguientes secciones:

✓ **Editorial: “Igualdad en el Trabajo: una prioridad para las mujeres”:**

La cual fue escrita por la coordinadora del Proyecto y editora del boletín. Esa editorial nos presentaba una síntesis del contenido del

boletín y un breve resumen sobre la problemática que enfrenta la Mujer peruana en todos los ámbitos de la sociedad (*Ilustración 3*).

Ilustración 3: Anverso y reverso del Boletín Informativo “Voz Mujer” de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)



Boletín Informativo



Es una publicación del Proyecto Trabajo Decente para las Mujeres del Perú (TRABDEC) de la Asociación de Desarrollo Comunal - ADC.

Boletín N°1 / Noviembre 2007

Comité Editorial:

Maria Bastidas Aliaga
Coordinadora del Proyecto

Zoila Vela Bendezu
Comunicadora Social

Colaboradoras:

Maria Sussy Ampudia Castañeda
Sara Bazán Bravo

CORRESPONDENCIA Y COMUNICACIONES:

ADC - Asociación de Desarrollo Comunal

Sede Lima:
Jr. Pablo Bermúdez 177 Of. 408 Santa Beatriz - Lima / Tel: 424-8593

Sede Huaura:
Av. Leoncio Prado 351 - A - Huacho
Tel: 232-3293

E-mail:
adc@adc.org.pe
aso_adc@yahoo.es

Pág. Web:
www.adc.org.pe

Diseño Gráfico y edición:

ADC - Asociación de Desarrollo Comunal
Área de Comunicación Social

Este proyecto es financiado y auspiciado por





VOZ Mujer

Igualdad en el trabajo para la Mujer peruana

Editorial

Igualdad en el Trabajo: una prioridad para las mujeres

La Asociación de Desarrollo Comunal - ADC presenta su primer boletín denominado Voz Mujer, esperando que éste se constituya en un instrumento de información y sensibilización para las mujeres trabajadoras, las organizaciones de trabajadores, de empleadores, así como para las organizaciones gubernamentales, no gubernamentales y la ciudadanía en general, puesto que la difusión de la información sobre estos derechos es un instrumento capital para mejorar la condición y posición de las mujeres en la sociedad.

Más aún, si tenemos en cuenta que en el Perú la división sexual del trabajo se mantiene como factor estructural de las desigualdades e injusticias económicas que afectan a las mujeres en los ámbitos familiar, laboral, político y comunitario, propiciando la desvalorización y la falta de retribución de los aportes económicos de las mujeres. El desconocimiento de nuestros derechos laborales contribuye a perpetuar la violencia y son las mujeres las que aparecen como las más afectadas y vulnerables a esta agresión.

En este primer número se hace un breve análisis sobre la Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres en materia laboral, se argumentan aspectos sustanciales sobre los Convenios Fundamentales y Prioritarios de la OIT en materia de igualdad. También presentamos la entrevista realizada a las Secretarías de la Mujer de las centrales sindicales del Perú, los resultados preliminares de las encuestas aplicadas a las mujeres trabajadoras entre el 2006 y 2007 sobre la maternidad así como la normatividad laboral que todas las mujeres trabajadoras deben conocer.



Mujeres Trabajadoras de la Economía Formal e Informal

Este boletín es parte de la Campaña impulsada por ADC en alianza estratégica con las organizaciones sindicales del Perú (CGTP, CUT, CTP y CATP) que tiene como finalidad promover la difusión, defensa y cumplimiento de los derechos laborales de las mujeres trabajadoras del Perú, así como la ratificación o cumplimiento de los Convenios de la OIT en materia de Igualdad.

Queremos agradecer de manera muy especial a la Fundación Pau I Solidaritat de Comisiones Obreras de Valencia y a la Generalitat Valenciana de España por hacer posible la edición de este boletín informativo, y el apoyo de la Oficina Subregional de la OIT para los Países Andinos / ACTRAV por su permanente colaboración en la realización de la campaña.

María Bastidas Aliaga
Presidenta de ADC

Boletín Informativo de la Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú

VOZ Mujer

Datos de Interés

Calendario de Lucha Femenina

Día Internacional de la Mujer
8 de marzo

Es una fecha simbólica en la lucha de las mujeres por lograr una real ciudadanía. La historia cuenta que el 8 de marzo de 1857, decenas de obreras textiles del Bajo Manhattan (EE.UU.) se declararon en huelga e invadieron los calles de Nueva York exigiendo la reducción de la jornada de trabajo de 16 a 10 horas. La movilización fue brutalmente reprimida, muriendo muchas mujeres por esta causa.



Día Internacional del Trabajo
1 de mayo

Es la fiesta por antonomasia del movimiento obrero mundial y se considera una jornada de lucha reivindicativa y de homenaje a los Mártires de Chicago, sindicalistas anarquistas, que fueron ajusticiados en Estados Unidos por su participación en las jornadas de lucha por la consecución de la jornada laboral de ocho horas que tuvieron su origen en la huelga iniciada el 1 de mayo de 1886 y su punto álgido tres días más tarde, el 4 de mayo, en la Revuelta de Haymarket en Chicago.



Día Internacional de Acción por la Salud de la Mujer
28 de mayo

Tuvo su origen el 28 de mayo de 1987 en el V Encuentro Internacional de Salud de la Mujer, de la Red Mundial de Mujeres por los Derechos Reproductivos realizada en Costa Rica. Aproximadamente 600 mujeres representantes de organizaciones de todo el mundo, concluyeron que necesitaban contar con un día para reflexionar y discutir sobre políticas, programas y acciones a favor de la salud de la población femenina mundial.



Día por la Despenalización del Aborto
28 de septiembre

Este día se creó en el V Encuentro Feminista de Latinoamérica y el Caribe realizado en Argentina en 1990 y como fecha de referencia se tomó el 28 de septiembre para la campaña que, desde 1993, viene impulsando acciones en los países de América Latina y el Caribe, con el fin de sensibilizar a la sociedad en general, y a los gobiernos y sectores legislativos, en particular, sobre el derecho de las mujeres a decidir autónomamente sobre sus cuerpos y su reproducción.



Día Mundial de la Mujer Rural
15 de Octubre

Como seguimiento a la Cuarta Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre la Mujer (Beijing, 1995), se propuso que se proclamara un día determinado del año como Día Mundial de la Mujer Rural. Debido al papel fundamental que desempeña la mujer rural en la producción, gestión y utilización de los alimentos y recursos naturales, se sugirió que el Día Internacional de la Mujer Rural fuera el 15 de octubre, es decir, la víspera del Día Mundial de la Alimentación.



Día de la No Violencia contra la Mujer
25 de Noviembre

Ante la gravedad del problema de la violencia contra la mujer en nuestra región en el 1er Encuentro del Movimiento Feminista Latinoamericano y del Caribe (Bogotá- 1981), se decidió establecer un día de acción. Se aceptó la propuesta de la delegación dominicana que fuera el 25 de noviembre, a fin de rescatar la memoria de las hermanas Mirabal, asesinadas ese mismo día en el año de 1960 por la dictadura de Rafael Trujillo por pertenecer a un movimiento opositor al régimen.



Glosario

SEXO
Se refiere a las diferencias biológicas entre hombres y mujeres que son universales. Se debe plantear la palabra "sexo" siempre que se hable de las mujeres y los hombres como pertenecientes a dos categorías físicas distintas.

GÉNERO
Se refiere a las diferencias sociales entre hombres y mujeres que se aprenden, que cambian con el tiempo y que varían mucho según las culturas o en cada una de ellas. Se trata de una variable socioeconómica que se emplea para analizar funciones, responsabilidades, limitaciones y oportunidades de los hombres y las mujeres en cualquier caso.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
Trata desigualmente a los desiguales para igualarlos a través de acciones positivas o afirmativas que adopta el Estado. Garantiza que las personas no sólo tengan los mismos derechos sino que los puedan ejercer plenamente.

DISCRIMINACIÓN
Toda distinción, exclusión o preferencia basada en motivos como la raza, el color de la piel, el sexo, la religión, las opiniones políticas, la ascendencia nacional, el origen social u otros criterios designados que anulen o menoscaben la igualdad de oportunidades y de trato en el empleo o la ocupación.

CONVENIOS
Los Convenios Internacionales del Trabajo son tratados internacionales abiertos a la ratificación de los Estados miembros de la OIT. Cuando un Estado ratifica un Convenio, se compromete a aplicar las cláusulas y disposiciones del mismo en la legislación y la práctica nacionales.

Frase Célebre

"Nadie sabe cómo hacen con el tiempo, trabajan y trabajan...
...el día se convierte en noche sin parar de trabajar."
"Ellas" Nancy Slupski

(*) Fuentes: Beilides Albiga, María, OIT: "Convenios de la OIT en materia de igualdad y normas nacionales sobre derechos laborales de las mujeres". Mod. 4, 2005, Lima - Perú, Pág. 19-21

Boletín Informativo de la Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú

8

✓ **Artículo: “Al fin igualdad en el trabajo para la mujer peruana”:**

Referente a la importancia y transcendencia que tiene la Ley Nº 28983 “Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres” (marzo 2007) para las mujeres. Asimismo, se destacan algunos articulados acerca del trabajo digno, la promoción de la formalización de las trabajadoras de la economía informal y la garantía de un trato no discriminatorio a las trabajadoras del hogar (Figura 1.12).

✓ **Marco internacional: “¿Por qué ratificar los Convenios de la OIT?”:**

Aquí se hace una breve reseña acerca de la importancia de la difusión de los Convenios Fundamentales de la OIT en materia de igualdad, la cual es un instrumento esencial para la mejora de las condiciones de vida y posición de las mujeres en la sociedad. También se especifica extractos de cada uno de ellos (Ilustración 4).

Ilustración 4: Secciones Artículo y Marco Internacional del Boletín Informativo “Voz Mujer” de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

VOZ Mujer		Artículo
Beneficios que otorga la Ley de Igualdad de Oportunidades en materia laboral		
Editorial Igualdad en el Trabajo: una prioridad para las mujeres PAG. 1	Al fin igualdad en el trabajo para la mujer peruana  Por María Bastidas Aliaga Consultora de la OIT y Presidenta de ADC	
Artículo Al fin igualdad en el trabajo para la mujer peruana (Por María Bastidas Aliaga) PAG. 2	<p>La promulgación de la Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres tiene por objeto establecer el marco normativo institucional y de políticas públicas en los tres niveles de gobierno para garantizar a mujeres y hombres el ejercicio pleno de su derecho a la igualdad, a su dignidad, a su libre desarrollo, bienestar y autonomía, impidiendo todas las formas de discriminación en las esferas, públicas y privadas, tendiendo a la equidad de género.</p> <p>La mencionada Ley de Igualdad sienta un precedente histórico para el país y abre rutas importantes para luchar contra la discriminación en lo económico, social y político, velando por la equidad de género en todas las esferas públicas y privadas. Este proyecto de Ley se constituye en un instrumento importante para la reforma del Estado peruano en el actual proceso de descentralización, puesto que obliga al Poder Ejecutivo, a los gobiernos locales y regionales la adopción de políticas, planes y programas, fomentando el acceso de las mujeres a recursos productivos, financieros, científico-tecnológicos y de créditos para la producción y titulación de tierras, particularmente a las mujeres en situación de pobreza.</p> <p>Además, la medida legislativa contempla y recoge de manera expresa el objetivo principal de la OIT, consistente en promover el trabajo decente y productivo, ejercido en condiciones de libertad, equidad, seguridad y respeto de la dignidad humana, incorporando medidas dirigidas a evitar cualquier tipo de discriminación laboral, entre mujeres y hombres, en el acceso al empleo, a la formación, promoción y condiciones de trabajo, y en una idéntica remuneración por trabajo de igual valor.</p> <p>Esto supone un avance significativo para las mujeres peruanas, toda vez que con esta Ley se establece un marco general para la promoción de oportunidades entre mujeres y hombres en el mundo del trabajo. Además, se supera la no existencia de una norma interna que establezca expresamente la obligación de pagar una remuneración igual por trabajo de igual valor. A su vez incluye entre los derechos laborales la protección frente al hostigamiento sexual y la armonización de las responsabilidades familiares y laborales, lo cual amplía las disposiciones internas destinadas a mejorar la situación de las mujeres trabajadoras con responsabilidades familiares. Se trata de una Ley marco que abre posibilidades para que las mujeres trabajadoras en un corto plazo puedan retomar y revisar las propuestas de Ley de Responsabilidades Familiares Compartidas en el Perú insistiendo para su aprobación.</p> <p>Además, esta Ley en materia de laboral, se extiende a las mujeres rurales, indígenas, amazónicas y afroperuanas, toda vez que garantiza su acceso a una remuneración justa, indemnizaciones, beneficios laborales y seguridad social, en condiciones de condiciones con los hombres. La Ley promueve también la formalización de los/as trabajadores/as de la economía informal en las zonas urbanas y rurales, así como garantiza un trato no discriminatorio para las trabajadoras del hogar. Si bien esto es un avance significativo, se requieren medidas legislativas más específicas e integrales donde se garantice un trato igualitario para este sector de trabajadoras y trabajadores, quienes se encuentran no protegidos/as, no reconocidos/as, no representados/as e inclusive muchas veces excluidos/as.</p> <p>Ha sido un arduo camino que tuvimos que transitar las mujeres peruanas, por ello debemos de felicitarnos al haber logrado esta anhelada Ley. No obstante, quedan muchos retos por delante para lograr la verdadera igualdad real tanto a nivel de la legislación como a nivel de su aplicación, lo que supone cambios en la cultura, la convivencia y mentalidad de nuestra sociedad. Este importante avance exige reconocer y felicitar a las congresistas que contribuyeron en el proceso, a las y los integrantes de la Comisión de Revisión Técnica de la Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres, y de manera especial, a las mujeres sindicalistas por su consecuente participación. También agradecemos y felicitamos a la congresista Rosa Venegas, quien en su calidad de Presidenta de la Comisión de la Mujer del Congreso, nos invitó a formar parte de esta instancia técnica e hizo denodados esfuerzos para lograr esta ansiada Ley.</p>	
Marco Internacional ¿Por qué ratificar los Convenios de la OIT? (Extracto de los 4 Convenios Fundamentales de la OIT en materia de igualdad) PAG. 3		
Entrevista Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú (Conversación de la Mujer de los Contratos Sociales) PAG. 4 y 5		
Especial • ¿Hay protección a la maternidad en el trabajo? • Situación de la Protección a la maternidad en nuestro país • Normatividad sobre el trabajo de las mujeres en el Perú PAG. 6 y 7		
Datos de Interés • Calendario de Lucha Feminista • Glosario • Frase Célebre PAG. 8		

Boletín Informativo de la Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú
2

VOZ Mujer
Marco Internacional

La Importancia de Conocer los Convenios Fundamentales y Prioritarios de la OIT en materia de igualdad⁷¹

¿Por qué ratificar los Convenios de la OIT?


En el Perú, existe mucha discriminación y desigualdad de género en el ámbito laboral la cual perjudica especialmente a las mujeres trabajadoras. Actualmente, se reconoce cada vez más que el desconocimiento y la falta de interés por los derechos de las mujeres que trabajan coarta el ejercicio efectivo de derechos que sancionan tanto las legislaciones nacionales como las normas internacionales. La difusión de información sobre esos derechos es un instrumento capital para mejorar la condición y posición de las mujeres en la sociedad.


Por este motivo, desde ADC se quiere revertir esta situación y en el marco de la Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú se vienen desarrollando actividades para dar a conocer los Convenios Fundamentales de la OIT en materia de igualdad. Una de las finalidades de esta Campaña es informar sobre estos Convenios a las entidades públicas y privadas, las organizaciones sindicales y gremiales, así como a la sociedad civil, analizando su cumplimiento y planteando maneras adecuadas de cómo el Estado Peruano pueda ratificarlos y que realmente se cumplan. A continuación especificamos extractos de cada uno de ellos:

Convenio Nº 100: IGUALDAD DE REMUNERACIÓN (1955)

El problema reside en que generalmente las mujeres cobran menos que los hombres a pesar que realizan el mismo trabajo u otro parecido. También existe una subvaloración de los trabajos realizados principalmente por mujeres, comparándolos con los realizados por hombres.

Este Convenio ha sido ratificado por el Perú en 1960, por lo cual el Estado se compromete a promover y garantizar la aplicación a todas/os las/os trabajadoras/os del principio de igualdad de remuneración entre la mano de obra femenina y la mano de obra masculina por un trabajo de igual valor.





Convenio Nº 111: SOBRE LA DISCRIMINACIÓN- Empleo y Ocupación (1958)


La discriminación en el trabajo afecta a todas las personas, puesto que obstaculiza el crecimiento socio económico como el desarrollo individual. Favorece la pobreza y dificulta el desarrollo sostenible de las sociedades. En lo que atañe al mercado de trabajo, se estimó indispensable prohibir la discriminación por determinados motivos, a fin de promover una sociedad socialmente justa y productiva.


Este Convenio ha sido ratificado por el Perú en 1970, por lo que el Estado se compromete a promover la igualdad de oportunidades y de trato con respecto al empleo y la ocupación sin discriminación alguna por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión pública, ascendencia nacional u origen social.

Convenio Nº 156: TRABAJADORES CON RESPONSABILIDADES FAMILIARES (1981)

Muchas veces los trabajadores y trabajadoras con responsabilidades familiares son discriminados(as) cuando buscan empleo. Generalmente, son las mujeres las que por atender a los hijos y a las hijas no disponen del tiempo ni condiciones necesarias para capacitarse o sencillamente son discriminadas. Esta situación coloca a las mujeres en desventaja y desigualdad de oportunidades con respecto al hombre.

El Convenio Nº 156 ha sido ratificado por el Perú en 1986, por lo tanto el Estado tiene el compromiso de establecer la igualdad de oportunidades y de trato para las trabajadoras y los trabajadores que tienen responsabilidades familiares.





Convenio Nº 183: PROTECCIÓN A LA MATERNIDAD (2000)

Muchas de las trabajadoras que se encuentran embarazadas, tienen que trabajar en las mismas condiciones como si no estuvieran embarazadas, poniendo en peligro su propia salud y la salud de su futura hija o hijo. De igual manera, existen muchas empresas que exigen la prueba de embarazo como un requisito para acceder a un puesto de trabajo y en otras ocasiones, no hay medidas especiales de protección a las trabajadoras embarazadas.

El Convenio aborda diversos temas relacionados con la maternidad: Protección a la salud de la madre y el hijo o hija, licencia de maternidad, licencia en caso de enfermedad o de complicaciones en el embarazo, prestaciones y protección de empleo y no discriminación.

⁷¹ Véase: Naciones Unidas, Oficina de la OIT, "Convenios de la OIT en materia de igualdad y normas nacionales sobre derechos laborales de las mujeres", Módulo 2, 2005, Lima, Perú.

Boletín Informativo de la Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú

✓ **Entrevista: “Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú”:**

En esta sección se realizó la entrevista con las secretarías de la Mujer de las centrales Sindicales del Perú sobre los logros obtenidos por la Campaña lanzada conjuntamente con ADC. Las entrevistadas, Gloria Pérez (CGTP), Gilda Bueno (CTP) y Reneé Palomino (CUT) señalaron los beneficios, la importancia del trabajo conjunto e

invocaron a la unión de todas las compañeras a hacer causa común para lograr mejores resultados (Ilustración 5).

Ilustración 5: Sección Entrevista del Boletín Informativo “Voz Mujer” de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

VOZ Mujer
Entrevista

Entrevista a las Secretarías de la Mujer de las Centrales Sindicales del Perú
sobre los logros obtenidos a la fecha

Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras



MARIA BASTIDAS (Presidenta de ADC), RENEÉ PALOMINO (Secretaría de la Mujer - CUT), GLORIA PEREZ (Secretaría de la Mujer - CGTP) y GILDA BUENO (Secretaría de Género y Familia - CTP) en el lanzamiento de la Campaña realizada el 8 de marzo de 2007 en el marco del Día Internacional de la Mujer en el Auditorio Faustino Sánchez Carrión del Congreso de la República.

Todos los seres humanos sin distinción de raza, credo o sexo, tienen derecho a perseguir su bienestar material y su desarrollo espiritual en condiciones de libertades y dignidad, de seguridad económica y de igualdad de oportunidades^[*], principio rector de la OIT y fundamental para el progreso de la mujer y la mejora en las condiciones de trabajo de las mismas en los Estados Miembros.

Por tal motivo, comprometidas con este cometido, la Asociación de Desarrollo Comunal (ADC), institución peruana con quince años de experiencia promoviendo el desarrollo humano sostenible con igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, quiere aunar esfuerzos y sumarse a este cumplimiento.

En el marco del proyecto “Trabajo Decente para las Mujeres del Perú” (TRABDEC), ADC en alianza estratégica con las Secretarías de la Mujer de las Centrales Sindicales del Perú: CGTP, CUT, CTP y CATP viene realizando desde marzo de este año la **Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú**, orientada a difundir e informar sobre los Convenios de la OIT en materia de igualdad, los derechos laborales de las mujeres trabajadoras, la aprobación de la Ley de Igualdad de Oportunidades (aprobada en marzo) y la Ley de Responsabilidades Familiares Compartidas (Convenio 156°); así como, la Ratificación del Convenio 183° sobre la Protección a la Maternidad.

En esta oportunidad las Secretarías de la Mujer de las Centrales Sindicales representadas por Gloria Perez (CGTP), Reneé Palomino (CUT) y Gilda Bueno (CTP), en una entrevista especial concedida a nuestra institución, nos relatan las acciones que se han venido realizando a lo largo de estos meses para el cumplimiento de los objetivos trazados.

Preguntas de la Entrevista:

1- En la actualidad, ¿Qué logros y beneficios se han obtenido en esta Campaña sindical por los Derechos Laborales?

2- ¿Cuán importante resulta ser el trabajo conjunto de las Secretarías de la Mujer?

3- ¿Podría dar un mensaje a todas las compañeras para unirse a esta Campaña?

GLORIA PEREZ (Departamento de la Mujer - CGTP)

1- “Lo primero que hemos logrado es participar en la elaboración de la Ley de Igualdad de Oportunidades. Hay un articulado que se refiere al trabajo y a los derechos de las mujeres trabajadoras sindicalizadas, las que están organizadas y algunas trabajadoras informales.(...) Otro logro que me parece que es mucho más interno que se ha logrado es actualizar el Plan de Acción de Igualdad de Oportunidades de las Centrales Sindicales con auspicio de la OIT y si hablamos de un logro más importante todavía yo creo que es la unidad de las centrales, que la inauguramos el 8 de marzo de este año abriendo la Campaña de Igualdad de Oportunidades. Además de eso tenemos muy en claro y establecido dos políticas públicas (...)que son la Ratificación del Convenio 183 de Protección a la maternidad y la Ley de Responsabilidades Familiares Compartidas que se refiere al Convenio 156 de la OIT. Creo que son algunos aspectos importantes, para lo cual se están creando condiciones para que hayan mayores conquistas de las mujeres en relación a políticas públicas(…)”



GLORIA PEREZ
Departamento de la Mujer - CGTP

^[*] Fuente: “Constitución de la Organización Internacional del Trabajo”. OIT, 1992.

Boletín Informativo de la Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú

VOZ Mujer

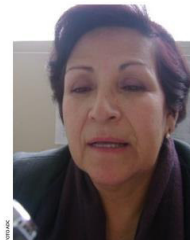
Entrevista

2- "La unidad siempre es muy importante para cualquier tipo de gestión o de objetivos que se tracen en el movimiento sindical, lo es en general y lo es para las mujeres. Primero porque nosotras debemos aprender a trabajar en frente único, más allá de las ideologías políticas y de los intereses fundamentales de las mujeres y me refiero a derechos sociales, culturales y políticos en general que en el país está muy echado de menos[...]. Nos interesa por ejemplo también que seamos concientes que las trabajadoras, las madres de familia, las que nosotros llamamos amas de casa no tienen ningún tipo de derechos, su trabajo es totalmente invisibilizado, eso que hoy en economía se llama la economía del cuidado que desde el enfoque de género se le llama la actividad privada de la mujer[...]. Debe considerarse como parte de la actividad productiva del país y que sustenta el desarrollo. Son muchísimas las cosas que hay que trabajar y que no se puede hacer por separado, eso debe hacerse en conjunto con estrategias de unidad que vaya a todas las organizaciones sindicales pasando por las instituciones de todo tipo incluyendo a los propios colectivos de mujeres que tienen que ver con la diversidad sexual y por supuesto las ONGs que están apostando por el tema de género".

3- "[...] es el momento de trazar políticas públicas, que logremos ganar la confianza de las mujeres que para nosotros es fundamental articular el movimiento sindical al movimiento social de mujeres para que luego junto con esa articulación, sin dejar de lado a los compañeros y a los hombres entender que nuestra lucha es también por el poder [...] por tanto nosotras debemos luchar por ocupar ese espacio que está vacío, que es del poder que nos corresponde[...]"

GILDA BUENO (Secretaría de Género y Familia - CTP)

1- "[...] Para nosotras ha sido una experiencia muy buena porque coincide que empezamos a convocar a las cuatro centrales sindicales cuando el trabajo tenía un buen avance en el Congreso. Yo sé que el contenido de esta Ley (de Igualdad de Oportunidades) coge mucho la reivindicación de las mujeres trabajadoras y yo quiero aprovechar esta oportunidad para resaltar algo. El que justamente la ley contenga los puntos que beneficia a la mujer trabajadora, es porque hubo una persona muy identificada al movimiento sindical que viene trabajando con nosotras participando muy activamente, me estoy refiriendo a la compañera María Bastidas. Entonces a través de ella y también por la voluntad de todas que participamos y logramos incorporar el artículo referido a lo laboral. Pero si hemos estado cuando la Ley se promulgó. Ahora la tarea es nuestra y de cómo empezamos a hacer el seguimiento a que se cumpla la ley, porque en el Perú tenemos tantas leyes pero no se dan y creo también cometemos el error de quejarnos cuando realmente las partes interesadas, las protagonistas que somos nosotras, no desarrollamos estrategias de trabajo, en ese sentido.



GILDA BUENO
Secretaría de Género y Familia - CTP

2- "Nosotros empezamos a trabajar en primer orden a nivel de las 4 centrales aprovechando el Día Internacional de la Mujer del 8 de marzo se hizo un lanzamiento de la Campaña justamente para ver la ratificación del Convenio 183° de la OIT, pero también como una política pública se implemente la Ley de Responsabilidades Familiares Compartidas y bueno hemos empezado a hacer un trabajo pero definitivamente unificar criterios buscar los puntos comunes no es sencillo realmente porque muchas veces imperan otras cosas, es todo un proceso ojala se logre entender y todos caminar en una ruta y eso es lo que cuesta y es por eso que no tenemos un avance sustancial en el trabajo unitario con las 4 centrales sindicales pero sin embargo estamos también haciendo lo nuestro pero ya será el próximo año [...]".

"3- Tenemos que ir aprendiendo las mujeres a valorar las cosas que realmente nos unen porque definitivamente vamos a tener muchas cosas que nos van a separar pero debemos de priorizar los puntos en común que estén por encima de todo y en la medida que podamos ver las cosas con esa visión, con esa mirada creo que podemos avanzar [...] luego unimos todas por un beneficio para todas las mujeres trabajadoras tanto dependientes y también de la economía informal."



RENEE PALOMINO
Secretaría de la Mujer - CUT

RENEE PALOMINO (Secretaría de la Mujer - CUT)

1- "Como integrante y representante de la Mujer en la CUT lo que puedo manifestar en cuanto a la Campaña me parece que ha sido muy favorable y oportuna, más que en estos tiempos nosotras estamos viendo la posibilidad de unir fuerzas, esfuerzos para poder lograr que cada vez más se integren las mujeres y recuperar de algún modo los derechos que han sido conculcados. Me parece que esta Campaña es oportuna".

2- "Este trabajo nos ha demostrado que las mujeres estamos predispuestas a unirnos en un solo objetivo común, es por eso que se ha visto la necesidad y también la voluntad de unirnos para poder hacer este trabajo conjunto porque si no hay unidad realmente de manera aislada no estaríamos haciendo un trabajo efectivo ya que se habla a favor de todas las mujeres porque cada secretaria es cierto que tiene sus propias funciones en nuestras centrales, pero además de eso también tenemos que pensar de una manera conjunta que eso es muy positivo".

3- "Este trabajo nos ha demostrado que las mujeres estamos predispuestas a unirnos en un solo objetivo común, es por eso que se ha visto la necesidad y también la voluntad de unirnos para poder hacer este trabajo conjunto porque si no hay unidad realmente de manera aislada no estaríamos haciendo un trabajo efectivo ya que se habla a favor de todas las mujeres porque cada secretaria es cierto que tiene sus propias funciones en nuestras centrales, pero además de eso también tenemos que pensar de una manera conjunta que eso es muy positivo".

Boletín Informativo de la Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú

✓ Especial: "¿Hay protección a la maternidad en el trabajo?"

"Situación de la Protección a la maternidad en nuestro país" /

"Normatividad sobre el trabajo de las mujeres en el Perú"

Se realizaron encuestas y vox pop (encuestas grabadas) a las sindicalistas y a las trabajadoras de la economía informal referentes a la protección a la maternidad en sus trabajos. Asimismo, se señalan las normas laborales que existen en el Perú con respecto al trabajo de las mujeres (Ilustración 6).

Ilustración 6: Sección Especial del Boletín Informativo “Voz Mujer” de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

VOZ Mujer
Especial

Mujeres sindicalistas y de la economía informal opinan sobre la licencia de maternidad, permiso de lactancia y derecho a guardería

¿Hay protección a la maternidad en el trabajo?



Liliana Gonzáles
FENPETROL - CUT

“Si, en el instituto donde yo enseño hay protección a la maternidad, se respetan los límites de pre y post. Respetan también las horas de lactancia, dan permiso para ir al domicilio porque no cuentan con un sitio para amamantar”.



Elsa Baldeón
SIDESP - CGTP

“Si, hemos conseguido que se les respete las horas de maternidad también a los trabajadores contratados (...) Lo que no podemos es tener una guardería (...) se necesita por lo menos 10 a 20 mamás que estén embarazadas o estén con bebé.”



Blandina Aguilar
CUTACIP - Econ. Informal

“No. A las autoridades no les interesa que las mujeres estén gestando o que estén enfermas. Nos maltratan psicológicamente y cuando ellos quieren nos desalojan. A las compañeras les quitan su mercadería aunque tengan bebitos y se las decomisan.”



Margarita Gamboa
SINEEP - CTP

“Si, al amparo legal gozamos de licencia pre-natal y post-natal. Se nos paga por lactancia, es difícil que hagan el (...) las medidas de bioseguridad no son suficientes (...) pero la licencia de maternidad obviamente una mujer regresan a cumplir lo gestante está más vulnerable a contraer cualquier tipo de enfermedad básicamente (...)”



Susana Nostades
FENTASE - CGTP

Situación de la Protección a la maternidad en nuestro país

Encuestas aplicadas a mujeres trabajadoras entre el año 2006 y 2007 revelan tendencia ⁽¹⁾

<p>¿Ha estado embarazada desde que trabaja?</p> <ul style="list-style-type: none"> - No, han estado embarazadas 13.0 % - Si, entre 1-2 veces 74.7 % - Si, más de 4 veces 9.0 % 	<p>¿Quién le proporcionó esta información?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Colegas del trabajo 40.0 % - El empleador 30.5 % - Su sindicato 6.0 %
<p>¿Cuál fue la reacción de su empleador al enterarse de que estaba embarazada?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Positiva 75.6 % - Negativa 24.4 % 	<p>¿Conoce su empleador sus derechos y obligaciones en relación con la licencia de maternidad?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si conoce 88.1 % - No conoce 11.9 %
<p>Durante su embarazo, ¿tuvo que pedir a su empleador que alivie sus tareas o que la transfiera a un puesto que presente menos riesgos?</p> <ul style="list-style-type: none"> - No 87.0 % - Si 13.0 % 	<p>Su licencia de maternidad fue:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Remunerada 63.9 % - No remunerada 30.1 % - Parcialmente remunerada 6.1 %
<p>¿Tuvo que ausentarse de su trabajo debido, o durante su embarazo?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Controles médicos 27.0 % - Motivos de salud 19.0 % - Otros 9.9 % - No me ausenté del trabajo 44.0 % 	<p>¿Tuvo problemas cuando regresó de su licencia de maternidad?</p> <ul style="list-style-type: none"> - No 81.9 % - Si, había otra persona en mi cargo 3.4 % - Quisieron cambiarme de puesto 0.9 % - No querían que amamantara a mi bebé en el trabajo 0.6 % - No había nadie donde podría dejar a mi bebé 0.3 %
<p>¿Experimentó alguna dificultad con su empleador cuando quiso ausentarse?</p> <ul style="list-style-type: none"> - No experimenté ninguna dificultad 81.9 % - No quería que dejara mi trabajo 4.2 % - No había comprensión de su parte 1.4 % - Tenía que recuperar sus horas 0.6 % - Quiso contratar a otra persona 0.3 % - Otros 4.2 % 	<p>¿Durante cuánto tiempo amamantó a su bebé?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menos de 4 meses 11.4 % - De 4 a 8 meses 32.7 % - De 8 a 12 meses 26.8 % - Más de 1 año 28.9 %
<p>Antes de comenzar su licencia de maternidad ¿conocía usted sus derechos y sus obligaciones al respecto?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si conocía mis derechos 68.5 % - No conocía mis derechos 31.5 % 	<p>Si amamantó o se sacó la leche en su lugar de trabajo, ¿qué instalaciones estaban disponibles para ayudarlo?</p> <ul style="list-style-type: none"> - No habían instalaciones especiales 45.9 % - Sólo había un patio común 4.5 %

⁽¹⁾ Fuente: Encuestas de la Investigación hecha por ADIC - Asociación de Desarrollo Comunal sobre la Protección a la Maternidad.

Boletín Informativo de la Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú

✓ **Datos de interés: Calendario de Lucha Femenina / Glosario Frase Célebre:**

En esta sección se hace una selección de las principales fechas simbólicas en donde la lucha de la mujer se ve reflejada. También realizamos un pequeño Glosario con términos utilizados en el presente boletín y una frase breve de motivación para todos/as los/as lectores/as.

Las imágenes que acompañan el contenido de las secciones han sido fotografías de algunos talleres, eventos y marchas realizadas con motivo de la campaña de derechos. También se utilizaron fotografías de las personas a las cuales se entrevistó y algunos dibujos de los diseños que se emplearon en el diseño de los productos comunicacionales (Ilustración 3).

Finalmente, los créditos de la publicación fueron colocados en la portada del boletín: los logos de la ONG ejecutora del proyecto TRABDEC (ADC), de los financistas y auspiciadores (Pau I Solidaritat – España, Generalitat Valenciana y Cooperación al Desarrollo) y los nombres de las personas que colaboraron en su realización.

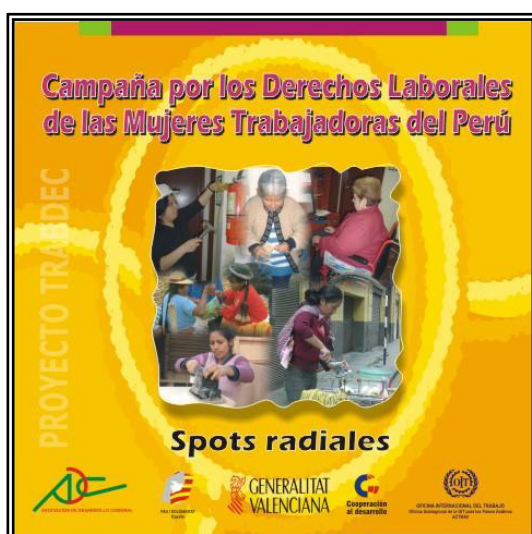
Cabe señalar que, la comunicadora social del proyecto Trabdec formó parte del Comité Editorial conjuntamente con la Presidenta de ADC, María Bastidas y realizó el diseño total de la publicación.

- **Diseño de productos comunicacionales sonoros y audiovisuales:**

- ✓ **Spots radiales:**

En cuanto a productos comunicacionales audiovisuales, se realizaron 3 spots radiales en base a los mensajes lema de la campaña y al contenido de los Convenios de la OIT en Materia de Igualdad y los Derechos Laborales (Ilustración 7). Todas las frases motivadoras realizadas, han sido alrededor de las palabras-eje: **Mujer, trabajo y derechos.**

Ilustración 7: Carátula y Contracarátula del CD de los spots de radio de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)



Referente a la locución en off, ésta fue realizada por la comunicadora social del proyecto, la cual había llevado clases de teatro por lo que su dicción e interpretación eran las adecuadas.

En relación a la selección musical, si el spot contenía frases reflexivas, se optó por agregarle una música más lenta y algo melancólica. Por el contrario, si la frase era enérgica y exhortativa, la música cambiaba y se tornaba más fuerte y rápida (Gráfico 5).

Gráfico 5: Proceso de producción de spots de radio de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)



Fuente: Elaboración propia

En el primer spot de radio “Derechos Laborales” se hizo una reflexión sobre los Derechos Laborales de las mujeres trabajadoras exhortándolas a conocerlos y a defenderse contra cualquier abuso y discriminación que se cometiese en sus centros laborales (Tabla 4).

Asimismo, se emplearon **oraciones interrogativas** que cuestionaban a modo de reflexión el comportamiento del público objetivo: su situación actual y si estaba haciendo realizando alguna acción por resolverla.

En el segundo spot, que trata sobre el Convenio 183º de la OIT “Protección a la Maternidad”, se emplearon **oraciones enunciativas afirmativas** que reflejaban situaciones reales donde se realizaban las labores femeninas. El refuerzo sobre conocimiento de estas labores les permitirá el crecimiento paulatino de su autoestima y autovaloración en las mujeres.

También se utilizaron **oraciones condicionales** que nos relatan situaciones reales que, finalmente, son las causas de problemas por los cuales atraviesan la mayoría de mujeres.

En el tercer spot, sobre el Convenio 156º de la OIT “Trabajadores con Responsabilidades Familiares”, se emplearon frases con **oraciones imperativas** que exhortaban a cambiar el modo de actuar y a prevenir cualquier circunstancia que atentara contra los derechos del público objetivo femenino.

Tabla 4: Contenido de los spots radiales de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

N°	NOMBRE	CONTENIDO	DURACIÓN
1	Derechos Laborales	“Tú y yo somos mujeres...trabajamos igual que otros, pero ¿Recibimos igual trato? ¿Cuántas veces te has sentido discriminada por ser mujer, por tu color de piel, por tu edad, por tener discapacidad o pensar distinto?... ¿Cuántas veces te han rechazado por estar embarazada o tener familia? Tú y yo debemos conocer nuestros derechos como trabajadoras para exigir igual trato... Si no lo hacemos...todo quedará igual”	36’’
2	Protección a la Maternidad	“Tu maternidad y tu trabajo son importantes para el crecimiento de la sociedad. El trabajo te permite independencia económica beneficiándote a ti y a tu familia. Si trabajas en un ambiente perjudicial para tu salud y la de tu bebé, no puedes amamantarlo ni cuidarlo durante las horas de trabajo o simplemente te despiden por estar embarazada ¡Tu maternidad no está protegida! Recuerda que tienes derecho a un trabajo decente sin discriminación, ni hostigamiento ¡Tienes derecho a una maternidad protegida!”	36’’
3	Responsabilidades Familiares Compartidas	"Mujer trabajadora, recuerda: no puedes ser objeto de discriminación si tienes carga familiar. Ni cuando vas a buscar empleo ni tampoco en tu centro laboral. Necesitas flexibilidad en tus horarios para armonizar tu vida laboral y familiar. Todas y todos tenemos derecho a la igualdad de oportunidades y de trato. En el trabajo y en el hogar las responsabilidades deben ser compartidas. No lo olvides: En el trabajo y en el hogar, las responsabilidades deben ser compartidas"	33’’

Fuente: Elaboración propia

Debido a la llegada masiva que tiene la radio, se escogió este medio de comunicación para difundir los spots. Se seleccionaron las siguientes radios (Tabla 5): Cadena Peruana de Noticias (CPN), Radioprogramas del Perú (RPP), Radio Panamericana,

La Mega, La Inolvidable, Radio Nacional, Radio Santa Rosa, Radio Miraflores, Radio Canto Grande, Radio Comas, Milena Radio, Radio Cadena, Radio 700, Coordinadora Nacional de Radio (CNR), Radio Corazón, Radio A, Radio San Borja y Radio Libertad.

Tabla 5: Relación de empresas radiales que recibieron los spots radiales de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

	RADIOS	SPOTS ENTREGADOS
1	CPN - Cadena Peruana de Noticias	3
2	RADIOPROGRAMAS DEL PERÚ	3
3	PANAMERICANA	3
4	LA MEGA	3
5	LA INOLVIDABLE	3
6	NACIONAL	3
7	SANTA ROSA	3
8	RADIO MIRAFLORES	3
9	RADIO CANTO GRANDE	3
10	RADIO COMAS	3
11	MILENA RADIO	3
12	RADIO CADENA	3
13	RADIO 700	3
14	COORDINADORA NACIONAL DE RADIO	3
15	RADIO CORAZÓN	3
16	RADIO A	3
17	RADIO SAN BORJA	3
18	RADIO LIBERTAD	3
19	RADIO COMAS	3
	TOTAL	57

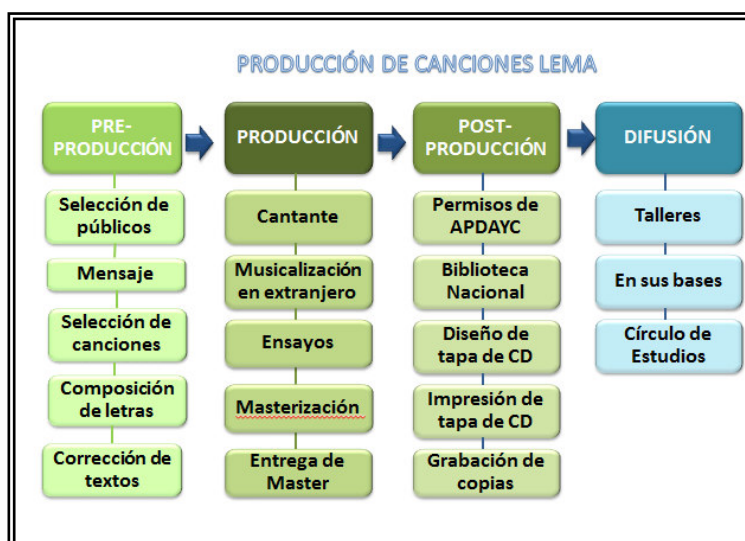
Fuente: Elaboración propia

Además, se decidió que los espacios o programas donde se emitieran los productos tuvieran un corte cultural, familiar y con sensibilidad social para que los conductores, sensibilizados con la problemática de la mujer trabajadora, pudieran realizar entrevistas relacionadas a la campaña.

✓ **Canciones Lema:**

Se contaba con una canción como tema símbolo de la campaña, la cual había sido compuesta por la presidenta de la ONG. En algunas oportunidades fue entonada por las sindicalistas y por las trabajadoras de la economía informal en seminarios y encuentros (Gráfico 6).

Gráfico 6: Proceso de producción de canciones lema de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

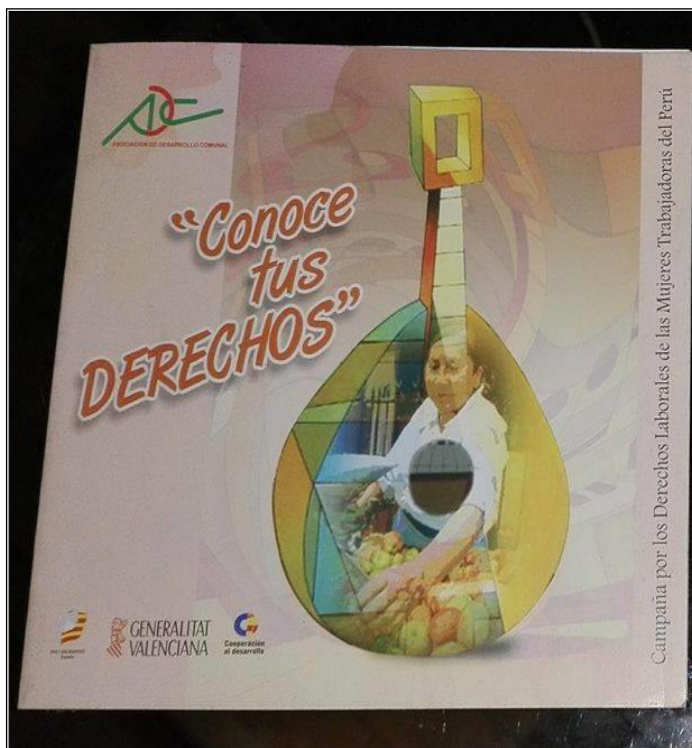


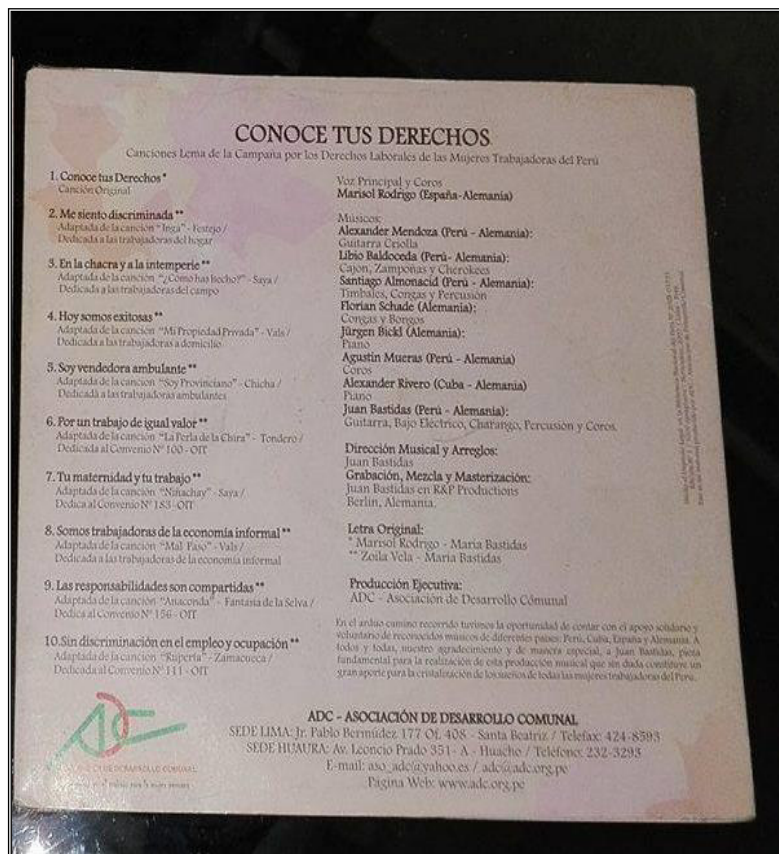
Fuente: Elaboración propia

Esta circunstancia hizo que se viera otra posibilidad de transmisión de los mensajes de la campaña y que no estaban planificados en el proyecto. Es por ello que a través de 10 canciones lema se describieron los contenidos de los convenios de OIT y las diversas formas de trabajo informal (Foto 9).

Para la realización de estas canciones lema se tomó como referente canciones musicales conocidas del repertorio folklórico peruano (vals, chicha, festejo, huaynos, fantasía de la selva, tondero, landó) respetando en todo momento la composición musical, pero cambiando la letra de las mismas con temas referentes a la campaña.

Foto 9: Anverso y reverso del CD con canciones lema de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)





Para la realización y producción de las canciones lema de la Campaña se seleccionaron los temas y el contenido de cada canción (Tabla 6). En un primer momento se escribieron las letras acerca del contenido de los Convenios de la OIT en materia de igualdad: Protección a la Maternidad, Trabajadores con Responsabilidades Familiares, Igualdad de remuneración, Discriminación (empleo y ocupación).

En un segundo momento, se escribieron las letras de otras canciones donde se abordaban la problemática de las trabajadoras de la economía informal: vendedoras ambulantes, trabajadoras a domicilio, trabajadoras del hogar y temporeras del campo.

Tabla 6: Contenido de las canciones lema de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

Nº	CANCIONES	TEMA	MÚSICA	LETRA
1	Conoce tus derechos	Derechos Laborales de las Mujeres	Original	"Mujer que trabajas de sol a sol dejando tu alma y tus sueños, mereces un premio para tu labor y sólo recibes maltratos. Conoce tus derechos y busca la unidad, que el reto es muy grande de ti dependerá. Si te sientes muy sola y cansada, mujeres te esperan, a ellas podrás recurrir. Reacciona, camina, unida y defiéndete ahora que el mundo tiene que oír. Ten la confianza, todo cambiará si rompes cadenas más fuerte serás. Sólo necesitas empezar a andar y todos tus sueños podrás alcanzar".
2	Me siento discriminada	Trabajadoras del Hojar	"Ingá" (Festejo)	"Todos los días domingo son mis días libres, con la cama adentro fui contratada. Pero no se respetan las horas pactadas me tienen trabajando más de 8 horas. Mi miedo y vergüenza no dejan que me defienda. Yo tengo derechos, me siento discriminada. Lavar, planchar, mil cosas tengo que hacer. Limpiar, guisar no paro de trabajar. Domingos y feriados, que se respeten y mis vacaciones, que se respeten el horario pactado, que se respete el CTS, que se respete. Ahora soy consciente ya me he dado cuenta. Mi trabajo diario no es valorado, por eso he asistido a muchas jornadas. Ahora me siento más preparada. Mujeres unidas estamos buscando un cambio ya estamos venciendo nuestros temores".
3	En la chacra y a la intemperie	Trabajadoras del Campo	"¿Cómo has hecho?" (Saya)	"A diario yo me levanto de madrugada, preparo el desayuno de mi familia, me voy al campo y trabajo de temporera, ganándome la jornada de esta manera. En el campo como siempre estoy trabajando, temporera soy. En la chacra somos muchas más, trabajando todo el día. Si hoy tengo suerte, yo seré contratada y en camiones repletos nos llevarán. La piel se nos ha rajado por la intemperie trabajando arduamente durante el día. Ya es hora que se respeten nuestros derechos ¡Cantemos todas unidas mi melodía!".

4	Hoy somos exitosas	Trabajadoras a Domicilio	"Mi propiedad privada" (Vals)	"Yo tengo muchas cosas por mí y por mi familia, tejiendo muchas chompas, chales y carteras. Interminables noches yo las pasaba en vela. Trabajo a domicilio pegando las lentejuelas. Las empresas mandaban demasiados trabajos y siempre se llevaban gran parte del ingreso. Pero tuve una idea después de tanta vuelta, ahora lo hacemos juntas sin tanta cantaleta. Porque yo sé que siempre la fuerza es importante, hicimos un negocio: ¡Hoy somos exitosas! Hicimos un negocio: ¡Hoy somos exitosas!"
5	Soy vendedora ambulante	Trabajadoras ambulantes	"Soy Provinciano" (Chicha)	"Soy vendedora ambulante, yo trabajo en las calles con muchas ganas y esfuerzo, ayayay me gano el pan. La policía decomisa, desaloja y nos grita, nos vulneran los derechos, ayayay, por trabajar. No me importa el frío de esta ciudad, salgo bien tempranito a laborar, respeten mis derechos por trabajar y si estoy en las calles es por vender y trabajar para comer. Diario gano ocho soles, todo es para mis hijos para mí ya no alcanza, ayayay ¡Hay que seguir! Quiero tener un trabajo y que respeten mis derechos. Lucharé hasta conseguirlo, ayayay y ser feliz".
6	Por un trabajo de igual valor	Convenio N° 100 OIT	"La Perla de la Chira" (Tondero)	"Trabajo desde temprano, yo laboro igual que otros, a pesar que hago lo mismo no pagan del mismo modo. Si el sastre y la costurera hacen el mismo trabajo, no es justo que a sus labores no se les de el mismo pago. Me siento discriminada por aquellos empleadores que no admiten mis derechos y mis reivindicaciones. Igualdad en el trabajo entre el hombre y la mujer. Esto ya no es imposible si estamos capacitadas. Mujeres estamos juntas a pesar de la injusticia ¡Defendamos los derechos que nos los tienen en cuenta! Mujeres organizadas en busca de la justicia pueden unirse a nosotras ¡Aquí estamos esperando! Mujeres organizadas en busca de la justicia: ¡Superen todos sus miedos! Un sastre y una costurera, trabajan de igual manera y si tienen la misma experiencia ¿Por qué en el pago hay diferencia?".
7	Tu maternidad	Convenio N°	"Niñachay"	"Trabajar por ti y por tu familia, lograrás

	y tu trabajo	183 OIT	(Saya)	<p>mucha autonomía, pero si estás con un embarazo tu empleador no te beneficia. Y serás despdida ¡Tu labor no está protegida! ¡Ay mujer! No pueden discriminarte ¿No lo ves? Va a ser madre. Pide tú, tu maternidad protegida ¡Sabes que el derecho te pertenece! Y tendrás tiempo de licencia. Cuidarás de ti y de tu hijo ¡Ay mujer! Tu maternidad y tu trabajo son importantes ¡No, no, no! ¡No te sientas discriminada! Lucha por tus derechos. Trabajar, trabajar, trabajar por la familia. Conseguir, conseguir, conseguir autonomía".</p>
8	Somos trabajadoras de la economía informal	Trabajadoras de la economía informal	"Mal paso" (Vals)	<p>"Trabajadoras con la miseria a costas víctimas de la pobreza y de exclusiones sociales. Tenemos fuerza y deseo de superarnos, a pesar de las precarias condiciones de trabajo. Y generamos ingresos familiares haciendo actividades y negocios productivos. Y trabajamos sin tener derecho alguno sin gozar de beneficios mucho más de 15 horas ¡Las ambulantes queremos triunfar! Muchas trabajamos a domicilio, también laboramos cuidando el hogar, otras son temporeras del campo y muchas más..."</p>
9	Tus responsabilidades son compartidas	Convenio N° 156 OIT	"Anaconda" (Fantasía de la selva)	<p>"Yo soy discriminada nunca encuentro trabajo siempre eligen a otros sin un deber familiar. Yo tengo mi trabajo y mi familia a cargo, pero tengo un esposo que no me quiere ayudar. Comparte tareas que es tu obligación para que en familia exista igualdad. Siempre en el trabajo y en el hogar muchos beneficios se compartirán. Yo me siento cansada porque trabajo mucho sin apoyo en la casa ni en el centro laboral. Siento que no estoy sola en esta lucha mía sé que hay muchas mujeres con las que puedo contar. Trabajando en casa debes de pensar: Toda la familia tiene que ayudar. No te sientas sola porque no lo estás. Hay muchas mujeres en tu situación. Por eso estoy buscando el apoyo de otras, porque si nos unimos todo vamos a lograr. Yo me siento contenta de haberlas encontrado por haber asistido a los cursos de ADC. Asiste a talleres que ofrece ADC, de sus experiencias mucho aprenderás. Únete a nosotras que esto cambiará. Confía en tu fuerza y valor tendrás".</p>

10	Sin discriminación en el empleo y ocupación	Convenio N° 111 OIT	"Ruperta" (Landó)	"Será justa y productiva, toda nuestra sociedad si no existen distinciones entre el hombre y la mujer. Todos tenemos derecho a buen trato laboral, muchas oportunidades y gozar de igual a igual. Hay mujeres de otro color, de raza y de religión, con empleo y ocupación y sin discriminación. El maltrato nos afecta a toda la sociedad, favorece la pobreza, no podemos avanzar. Contruiremos desarrollo para el hombre y la mujer, siempre y cuando eliminemos cualquier discriminación. Tenemos igual derecho e igual oportunidad de conseguir un trabajo y un buen trato laboral. ¡Mujeres discriminadas, hoy tienen que despertar ¡Darle un sentido a su vida, a través de la unidad! Si estramos todas unidas no habrá discriminación ¡No dejes que te maltrate, busca la organización! Mujeres organizadas, valientes y con poder te apoyarán en tu lucha para defender tu bien".
----	--	---------------------	-------------------	---

Fuente: Elaboración propia

Cabe resaltar que, la creación de las canciones lema fue una iniciativa de la comunicadora social del proyecto, ya que surgió de manera espontánea debido a la aceptación que tuvo en el público objetivo, la primera canción lema compuesta por la presidenta de la ONG.

Luego de haber escrito el total de canciones, se hizo el contacto con APDAYC (Asociación Peruana de Autores y Compositores) para solicitar su autorización en empleo de la música de las canciones que sirvieron de referencia para la creación de nuestras letras; a lo que la asociación nos indicó que solicitáramos el permiso a cada compositor.

Después de varias visitas a diferentes compositores, pudimos obtener el permiso que necesitábamos para la realización de las grabaciones de cada una de las canciones. Antes de ello, hicimos el depósito legal en la Biblioteca Nacional con el N°2008-01721.

Las grabaciones se realizaron en Alemania, ya que un familiar muy cercano de la presidenta de ADC era músico y tenía una empresa de grabación. Es por ello que toda la producción del CD con los 10 temas, fueron hechos de manera gratuita, como un gesto de compromiso social con las mujeres beneficiarias del proyecto.

Los recursos humanos utilizados para la creación de las canciones fueron los siguientes: Zoila Vela Bendezú, creadora de las letras de las canciones, María Bastidas Aliaga, revisión de contenido, Juan Bastidas, director musical, arreglos, grabación, mezcla y masterización, Marisol Rodrigo, voz y alrededor de 6 músicos de Alemania. Cabe señalar que en la música también se utilizaron instrumentos peruanos como: Cajón, Zampoñas, Quenas y Charango.

✓ **Videos de sensibilización:**

Casi finalizando la campaña, se realizó la producción de cuatro videos de sensibilización acerca de la problemática que enfrentan diariamente las trabajadoras informales: el primero abordaba el tema de las temporeras (campesinas) de Huaura, el segundo trataba acerca

del comercio ambulatorio en la Parada, el tercero reflejaba el trabajo a domicilio y el último estuvo relacionado a la situación laboral de las trabajadoras del hogar (Gráfico 7).

El contenido de estos videos fue realizado en base a entrevistas grabadas a las propias beneficiarias del proyecto, quienes mediante su testimonio daban cuenta de su situación en el triple rol de género que les había tocado desempeñar: el rol reproductivo (trabajo en casa), el productivo (vida laboral) y el comunitario (hacia la sociedad).

Cabe precisar que en el proyecto no se contaba con el presupuesto para realizar los videos; pero estábamos convencidas de que el único medio capaz de transmitir la problemática y la lucha diaria de estas mujeres era un video (producto audiovisual). Se comenzó diseñando el guión técnico del video y posteriormente se efectuó un plan de grabación.

Se aprovecharon los encuentros y talleres donde ellas asistían como parte de del proyecto, para grabar las actividades que realizaban a favor de sus respectivos gremios. Asimismo, se registraron en video sus respectivas labores productivas: ya sea en el campo, en los hogares donde desempeñaban su trabajo o en sus puestos en el mercado.

Gráfico 7: Proceso de producción de videos documentales de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)



Fuente: Elaboración propia

En algunos casos hicimos un acompañamiento durante todo un día, donde podíamos apreciar de una mejor manera todo el sacrificio que conllevaba a las mujeres realizar los 3 roles de género. Es importante indicar que algunas veces pusimos en peligro nuestra integridad, ya que visitamos lugares en la madrugada; pero era necesario hacerlo para reflejar las vivencias diarias de las mujeres que trabajan en “La Parada” (Tabla 7).

Cabe señalar que, estos videos documentales fueron realizados en formato digital (Cámara de video Sony 1CCD con la cual contaba la ONG) y tienen una duración aproximada de 10 minutos. Para la post-producción contamos con la colaboración con

una productora de videos, la cual nos proporcionó horarios libres en su editora. Esta oportunidad se pudo aprovechar porque la comunicadora del proyecto no solo había grabado las imágenes de los documentales, sino también poseía habilidades para la edición.

Tabla 7: Contenido de los videos de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

Nº	VIDEOS	SINOPSIS	DURACIÓN
1	“Las Temporeras de Huaura: Un Trabajo Arduo e Invisible”	Este video narra la jornada diaria de trabajo de las temporeras del campo desde tempranas horas de la mañana hasta el final de su trabajo. Las imágenes nos narran las precariedades con las que laboran, el duro trajín y la constante manipulación de pesticidas a la que son sometidas. También podemos ver entrevistas hechas a las temporeras acerca del rol que cumplen en sus casas y en sus trabajos. La mayoría de ellas aún no está asociada. Asimismo se aprecia una reunión que tienen en el comedor popular del lugar en donde se les explica la importancia de que conozcan sus derechos y que se unan para poder defenderlos.	10´
2	“La Lucha Diaria de la Vendedora Ambulante”	En este video se muestra el trabajo que realiza una trabajadora ambulante llamada Silvia desde tempranas horas de la madrugada cuando sale al mercado “La Parada” a vender. Luego, regresa a casa a servir el almuerzo de su familia y regresa en la tarde a seguir vendiendo y reunirse con su asociación. Asimismo vemos una entrevista contándonos la situación precaria que afronta atentando en contra de sus derechos laborales.	10´
3	“El Trabajo a Domicilio: Las Manos Silenciosas”	El video nos presenta la manera cómo es el trabajo a domicilio. La forma que tienen para capacitarse porque las mujeres van haciéndolo mientras trabajan. También se muestran entrevistas a las propias actoras que relatan su vida en familia, en el momento donde se dedican a elaborar sus artesanías, bijouterías y pulseras que son su principal fuente de ingresos. Nos comentaron lo importante que resulta ser la capacitación por parte de ADC, la cual las ayuda a organizarse mejor y defenderse laboralmente de los intermediarios.	10´
4	“La Trabajadora del Hogar”	En este video se muestran 2 situaciones distintas en relación al trabajo del hogar. La primera nos muestra una realidad diferente a la segunda porque es una mujer joven que comienza en este trabajo pero aspira a algo más. Por lo mismo trata de recibir educación. En el caso siguiente es una mujer de más edad y que tiene una experiencia mayor. Ella nos relata situaciones adversas que ha tenido que vivir en este trabajo. Pero a pesar de ello, pone todo su esfuerzo en realizarlo de la mejor manera posible.	11´

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, estos documentales fueron mostrados a las autoridades y a nuestras beneficiarias en los diferentes talleres, encuentros y foros que hemos realizado últimamente. La reacción que tenían las mujeres era de plena identificación con los casos que ahí se mostraban. Asimismo, muchas autoridades conocieron la realidad por este medio de una forma más directa; comprobando con los testimonios de vida, el sufrimiento de las mujeres ante la injusticia y el abuso laboral que se comete contra ellas (Ilustración 8).

Ilustración 8: Banner virtual de la presentación de los videos documentales de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

Informe contiene 4 videos que resumen la situación crítica del sector de la economía informal en el Perú

**“La problemática de la economía informal:
Una tarea pendiente”**

presente

**PROBLEMÁTICA DE LA
TRABAJADORA INFORMAL
una tarea pendiente**

documentales que resumen la situación crítica del sector

VIDEODOCUMENTAL

Con el objetivo de sensibilizar a las autoridades, empresarios, centrales sindicales, medios de comunicación y público en general, sobre los sectores de trabajo en que se ubican las trabajadoras informales y plantear alternativas de solución a este problema social, la Asociación de Desarrollo Comunal con el apoyo de la Fundación Friedrich Eberth, presentarán el video documental “La problemática de la economía informal: Una tarea pendiente”, este **sábado 23 de agosto**.

El Video documental, que será presentado de **9.00 a.m. a 11:30 a.m.**, en el **Centro Cultural España** - Jr. Natalio Sánchez 181 – Santa Beatriz (altura de la Cdra. 6 de la Avenida Arenales), tendrá como comentaristas a representantes de la Oficina Subregional de la Organización Internacional de Trabajo – OIT, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú.

INGRESO LIBRE

ERADITAT INCIANA
Gobierno al desarrollo

Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres Trabajadoras del Perú

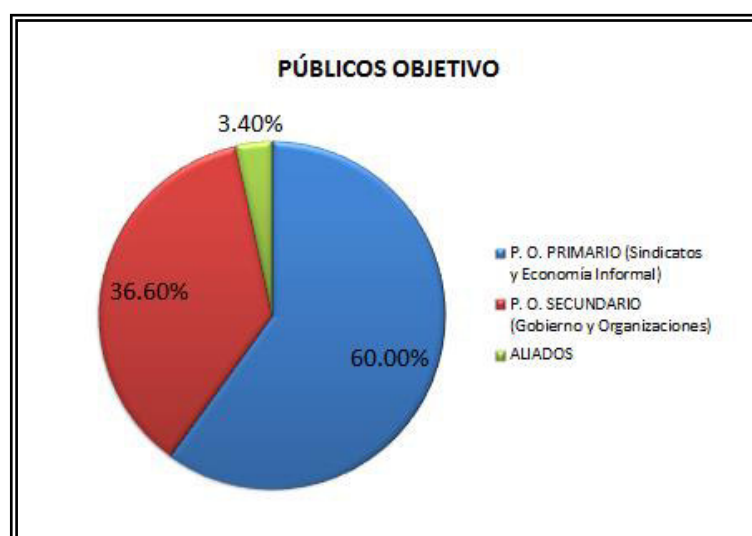
5.5. Análisis de la experiencia

5.5.1. Públicos objetivo alcanzados durante la campaña:

Durante la “Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres en el Perú” se definió 2 públicos objetivos (primario y secundario) y se contó con algunos aliados, tales como los empleadores de las empresas de transporte público, a quienes se les solicitó apoyo para la difusión de adhesivos, que fueron pegados en las flotas de transportes.

La campaña llegó a un total de 1149 personas, de las cuales un 60% eran públicos objetivo primarios (POP) conformados, en su mayoría, por las trabajadoras sindicalistas y de la economía informal; un 36.6% eran públicos objetivo secundarios (POS), conformados por autoridades del gobierno central, regional y local; y solo un 3.4% fueron aliados, empleadores de empresas de transporte que colaboraron con nosotros (Gráfico 8).

Gráfico 8: Públicos objetivo alcanzados durante la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú–Proyecto TRABDEC (2006-2007)

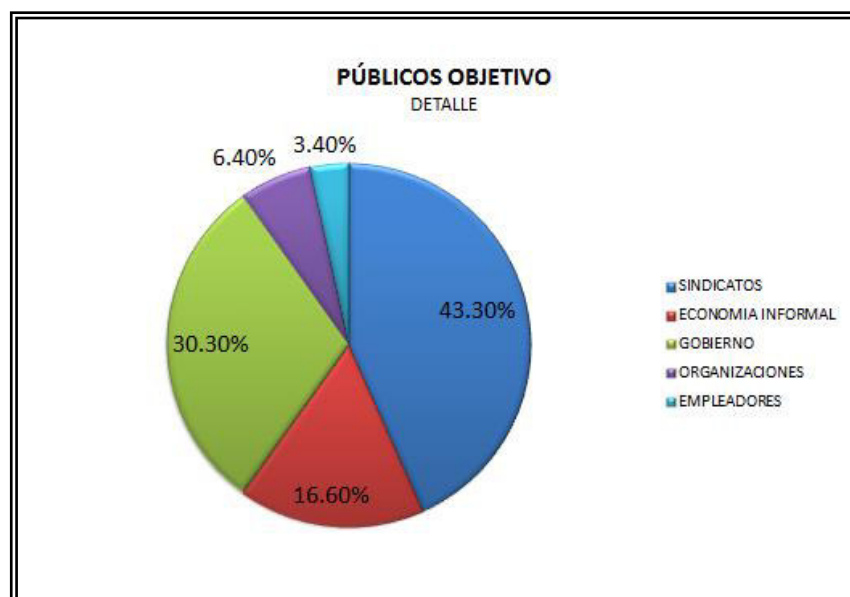


(*) Universo de 1,149 personas

Fuente: Elaboración propia

Si desagregamos al detalle (Gráfico 9), podemos apreciar que en su mayoría son sindicalistas (43.3%) y autoridades del gobierno (30.30%). Luego, un 16.6% son trabajadores de la economía informal, un 6.4% pertenecen a organizaciones y asociaciones; y finalmente, un 3.4% está conformado por los empleadores de las empresas de transporte, con quienes suscribimos una alianza.

Gráfico 9: Detalles de públicos objetivo alcanzados durante la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú–Proyecto TRABDEC (2006-2007)

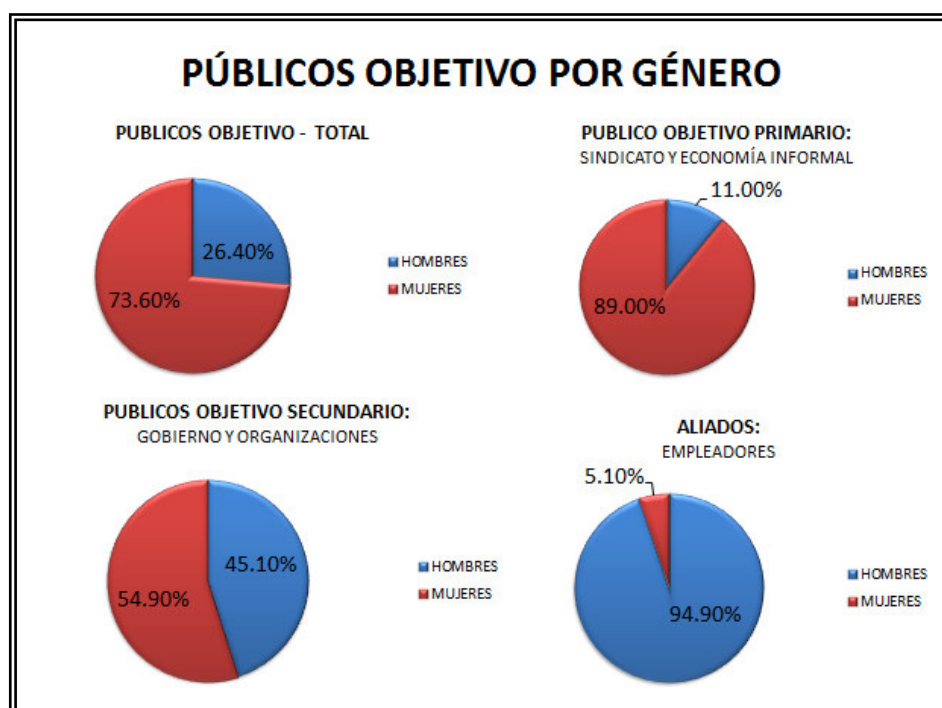


Fuente: Elaboración propia

Asimismo, de acuerdo al género (Gráfico 10), en esta campaña el público en su mayoría fue femenino con 73.60% del total y los hombres conforman un 26.40% del total. Con referencia al público objetivo primario (sindicatos y economía informal), las mujeres lo conforman un 89% y solo 11% son hombre.

En el público objetivo secundario (autoridades y organizaciones), las mujeres suman un 54.9% y los hombres, un 45.10%. Aquí no apreciamos mucha diferencia, como en los casos anteriores. Sin embargo, los empleadores de las empresas de transporte público son en su mayoría hombres, con un 94.9% y solo un 5.1% es conformado por mujeres.

Gráfico 10: Públicos objetivo alcanzados por género (hombres y mujeres) durante la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú-Proyecto TRABDEC (2006-2007)

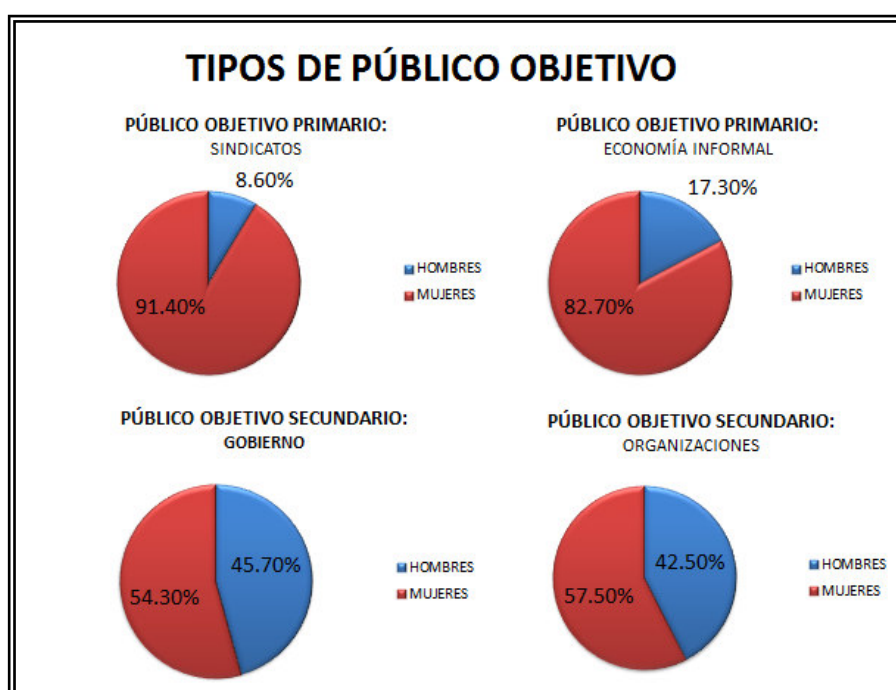


Fuente: Elaboración propia

Si desagregamos al detalle los públicos objetivos primarios (Gráfico 11), la mayoría de trabajadores sindicalistas alcanzados por la campaña son mujeres con un 91.4%. De igual manera, los trabajadores de la economía informal son en su mayoría mujeres con un 82.7%.

En el público objetivo secundario, las autoridades del gobierno central regional y local estuvieron conformados por 54.3% de mujeres y un 45.7% por hombres. Esto se aprecia de igual manera en las organizaciones, con un 57.5% de mujeres y un 42.5% de hombres.

Gráfico 11: Públicos objetivo al detalle alcanzados por tipos de público durante la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú–Proyecto TRABDEC (2006-2007)



Fuente: Elaboración propia

5.5.2. Materiales comunicacionales difundidos durante la campaña:

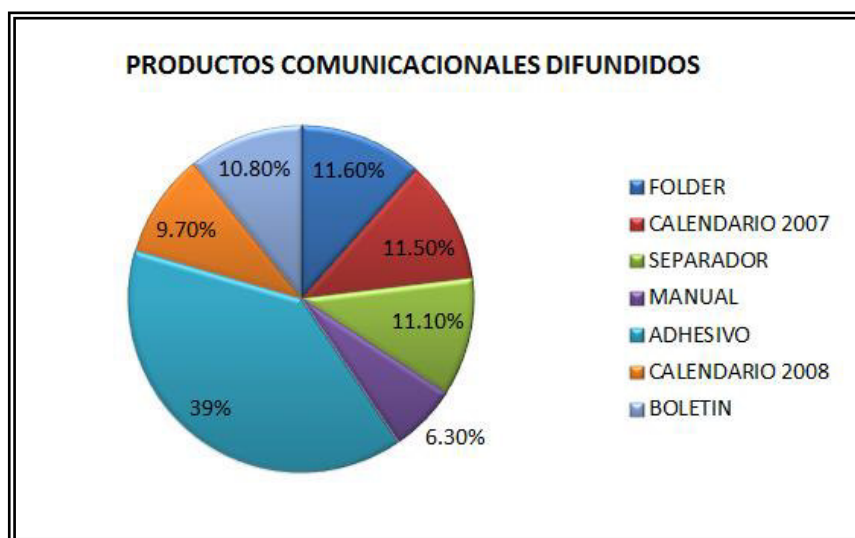
- **Materiales comunicacionales impresos:**

Al finalizar la campaña, se distribuyeron un total de 8,583 productos comunicacionales impresos, de los cuales la mayoría fueron adhesivos (stickers A5) con un 39% del total (Gráfico 12); el 11.6 % eran folders (carpetas portadocumentos); el 11.5% eran calendarios 2007 (afiche A3), el 11.1% eran separadores (de libros) y un 6.3% eran manuales de la OIT.

En una segunda etapa de la campaña se distribuyeron los calendarios 2008, que constituyen el 9.7% del total de productos; y también los boletines de 8 páginas c/u (10.8%). Asimismo, los diseños fueron colocados en la página web de la ONG ADC para su reproducción y/o adaptación local.

Cabe señalar que los manuales entregados sobre los Convenios OIT, fueron elaborados por la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) y no por personal ni con presupuesto del proyecto. Este manual fue realizado por María Bastidas Aliaga, especialista de Género de OIT y presidenta de la ONG ADC. Por este motivo, este producto fue de suma utilidad en las capacitaciones del proyecto.

Gráfico 12: Tipos de productos comunicacionales impresos distribuidos a los públicos objetivo de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)



(*) 8,583 productos comunicacionales impresos distribuidos

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado (Gráfico 13), el gobierno (central, regional y local) fue el público que recibió la mayoría de los productos comunicacionales impresos (39.6%); los sindicatos recibieron el 31.7%; los trabajadores de la economía informal, un 10%; las organizaciones y asociaciones, un 7.9%; y finalmente los empleadores de las empresas de transporte público recibieron el 10.8%.

Gráfico 13: Tipos de productos comunicacionales impresos distribuidos por públicos objetivo de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)



Fuente: Elaboración propia

- **Materiales comunicacionales sonoros y audiovisuales:**

Por otro lado, los productos comunicacionales sonoros y audiovisuales (Tabla 8) se realizaron sin contar con presupuesto del proyecto, apelando a la colaboración y apoyo de algunas instituciones o empresas que se sentían sensibilizadas con la problemática de las brechas de género.

Tabla 8: Productos comunicacionales sonoros y audiovisuales realizados para la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú–Proyecto TRABDEC (2006-2007)

PRODUCTOS COMUNICACIONALES	PRODUCIDOS	MEDIO DE DIFUSIÓN
SPOTS DE RADIO	3	10 RADIOS
CANCIONES LEMA	10	TALLERES
VIDEOS DOCUMENTALES	4	SEMINARIOS
TOTAL	17	

Fuente: Elaboración propia

La principal motivación que tuvimos para realizar la producción de los spots de radio, las canciones lema y los videos documentales, fue estar convencidos que el medio sonoro y audiovisual despierta una mayor sensibilidad en la población, lo que favorece a una mejor comprensión e identificación con la realidad que diariamente viven las trabajadoras informales.

Con respecto a los spots de radio, no hubo un convenio con las emisoras de radio para que los transmitieran; pero no se descartó la posibilidad de hacerlo posteriormente en proyectos futuros relacionados a la misma temática. Por otro lado, dichos spots resultaron ser una innovación de la comunicadora social, ya que fueron los primeros realizados por la ONG ADC, los mismos que sirvieron como referentes para incluir este tipo de medio de comunicación en próximas campañas.

En referencia a las canciones lema, se realizaron aproximadamente 100 copias del CD, el cual contenía las 10 canciones. Fueron pocas oportunidades en las que se escucharon las canciones en los talleres debido a que el producto se realizó a finales del proyecto. A pesar de ello, estos productos fueron considerados como parte de las publicaciones de la ONG.

Finalmente, los videos documentales reunidos con el título de “La problemática de la economía informal: Una tarea pendiente”, el cual resume la situación crítica de este sector de la economía informal en el Perú, fueron presentados en agosto de 2008 en el Centro Cultural España y tuvo como

comentaristas a representantes de la Organización Internacional del Trabajo – OIT, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y la Asociación Nacional de Periodistas del Perú.

5.5.3. Evaluación del nivel de conocimiento de los convenios fundamentales y prioritarios de la oit en materia de igualdad:

Al finalizar el programa de capacitación del proyecto TRABDEC, se pudo realizar una encuesta sobre el impacto que generó en el público objetivo (sindicalistas) la difusión de los productos comunicacionales impresos de los Convenios Fundamentales y Prioritarios de la OIT en Materia de Igualdad de la Campaña por los Derechos Laborales de las Mujeres en el Perú.

Con respecto al Convenio N° 100 de la OIT sobre la igualdad de remuneración (Tabla 9), un 49% de las sindicalistas refirió que si lo conocía, un 37% lo desconocía y un 14%, no sabe/ no opina.

Tabla 9: Conocimiento del público objetivo sobre el Convenio N° 100 de OIT sobre la igualdad de remuneración difundido en la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

¿Conoce el convenio N° 100 de OIT sobre Igualdad de Remuneración?	% de sindicalistas
Si conoce	49%
No conoce	37%
NS / NO	14%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

De las sindicalistas que respondieron afirmativamente (Tabla 10), un 25% respondió que trataba sobre la igualdad de género para la equidad de salario entre varones y mujeres, un 14% refería que el Convenio trataba sobre la igualdad de varones y mujeres por su trabajo, y un 8% nos señalaba que era sobre de igualdad de oportunidades y derechos.

Tabla 10: Tema principal del cual trata el Convenio N° 100 de OIT sobre la igualdad de remuneración difundido en la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

Si lo conoces, ¿explícanos de qué trata principalmente el Convenio N° 100 OIT?	% de sindicalistas
Equidad de salario entre varones y mujeres	25%
Igualdad de varones y mujeres por el trabajo	14%
Igualdad de oportunidades y derechos	8%
NS / NO	53%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

Respecto al Convenio 11 de la OIT sobre la discriminación (empleo y ocupación) (Tabla 11), un 47% respondió que si conoce el Convenio, un 41% señaló que no y un 12%, no sabe / no opina.

Tabla 11: Conocimiento del público objetivo sobre el Convenio N° 11 de OIT sobre la discriminación (empleo y ocupación) difundido en la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

¿Conoce el convenio N° 11 OIT sobre Discriminación (Empleo y Ocupación)?	% de sindicalistas
Si conoce	47%
No conoce	41%
NS / NO	12%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

De las personas que afirmaron que si conocían este convenio (Tabla 12), un 29% señaló que trataba sobre la discriminación en el empleo por sexo y etnia, un 12% respondió que era sobre la igualdad de oportunidades, un 4% mencionó que todas/os eran iguales ante la ley, un 4% afirmó que trataba sobre los derechos de las/os trabajadoras/es y un 2% señaló que era sobre la ocupación en el mercado laboral.

Tabla 12: Tema principal del cual trata el Convenio N° 11 de OIT sobre la sobre la discriminación (empleo y ocupación) difundido en la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

Si lo conoces, ¿explicanos de qué trata principalmente este Convenio N° 11 OIT?	% de sindicalistas
Discriminación sobre el empleo por sexo y etnia	29%
Igualdad de oportunidades	12%
Todos/as iguales ante ley	4%
Derechos de los trabajadores	4%
La ocupación en el mercado laboral	2%
NS / NO	49%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

Sobre el convenio 156 de la OIT referido a los trabajadores con responsabilidades compartidas, un 43% respondió que sí lo conocía, mientras que un 43% respondió que no lo conocía y un 14% se encontró en el grupo de “No sabe / no opina” (Tabla 13).

Tabla 13: Conocimiento del público objetivo sobre el Convenio N° 156 de OIT sobre trabajadores con responsabilidades compartidas difundido en la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

¿Conoce el convenio N° 156 OIT sobre trabajadores con responsabilidades compartidas?	% de sindicalistas
Si conoce	43%
No conoce	43%
NS / NO	14%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

Del público objetivo que respondió con un sí (Tabla 14), un 18 % afirma que hombres y mujeres tenemos los mismos derechos e igualdad de oportunidades, un 12% señala que las responsabilidades deben ser compartidas porque los hijos son de ambos y el 6% dijo que trataba sobre las mujeres que son discriminadas en el momento de conseguir trabajo cuando se tienen niños.

Tabla 14: Tema principal del cual trata el Convenio N° 156 de OIT sobre la sobre trabajadores con responsabilidades compartidas difundido en la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

Si lo conoces, ¿explícanos de qué trata principalmente este Convenio N° 156 OIT?	% de sindicalistas
Hombres y mujeres tenemos los mismos derechos e igualdad de oportunidades	18%
Responsabilidades deben ser compartidas por los hijos son de ambas personas	12%
Mujeres discriminadas para conseguir trabajo porque tienen hijos	6%
NS / NO	64%
Total	100%

A la pregunta con respecto al Convenio 183 de la OIT sobre protección a la maternidad (Tabla 15), un 49% mencionó que si lo conoce y un 39% mencionó que no. Un 12% no sabe/ no opina.

Tabla 15: Conocimiento del público objetivo sobre el Convenio N° 183 de OIT sobre protección a la maternidad difundido en la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

¿Conoce el convenio N° 183 OIT sobre Protección a la Maternidad?	% de sindicalistas
Si conoce	49%
No conoce	39%
NS / NO	12%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

De las personas respondieron afirmativamente (Tabla 16), un 29% afirmó que las mujeres tenían derecho al descanso pre y post-natal y derecho a la lactancia, un 18% señaló que refería al derecho de llevar una maternidad protegida en el centro laboral y un 6% mencionó que las mujeres tenían derecho a trabajar estando gestando, pero se les discriminan por estar embarazadas.

Tabla 16: Tema principal del cual trata el Convenio N° 183 de OIT sobre protección a la maternidad difundido en la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

Si lo conoces, ¿explicanos de qué trata principalmente este Convenio N° 183 OIT?	% de sindicalistas
Las madres tienen derecho a descanso pre y post-natal y lactancia	29%

Es el derecho a llevar una maternidad protegida en el centro laboral	18%
Las madres tienen derecho a trabajar cuando están gestando	6%
NS / NO	47%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

Referente al modo en el cual se enteró sobre el contenido de los convenios fundamentales y prioritarios de la OIT en materia de igualdad (Tabla 17), un 36% mencionó que afirmó los conoció a través de los seminarios y talleres de ADC, un 10% dijo mediante las réplicas asistidas, un 4% afirmó que se enteraron en los Círculos de Estudio para la igualdad, un 2% se informó mediante el Boletín “Voz Mujer” difundido en la campaña y un 2% por intermedio de su sindicato.

Tabla 17: Modo en el cual el público objetivo conoció los convenios fundamentales y prioritarios de la OIT en materia de igualdad difundidos en la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

¿De qué modo se enteró sobre los Convenios Fundamentales y Prioritarios de OIT en Materia de Igualdad?	% de sindicalistas
Seminarios y Talleres del proyecto TRABDEC	36%
Réplicas hechas por los sindicatos	10%
Círculos de Estudio para la Igualdad	4%
Boletín Voz Mujer (Proyecto TRABDEC)	2%
Intermedio de su sindicato	2%
NS / NO	46%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

Referente a la manera en que ha aplicado los convenios fundamentales y prioritarios de la OIT en materia de igualdad (Tabla 18), un 12% de sindicalistas lo aplicó fomentando y divulgando en otras compañeras lo que habían aprendido sobre los derechos laborales y en los ámbitos en los que se desenvolvían, un 6% afirmó que lo había aplicado en su hogar, en las conversaciones con el esposo sobre las responsabilidades compartidas, un 4% mencionó que lo aplicó en la negociación colectiva, un 2% nos indicó que lo aplicaban cuando había cualquier abuso contra alguna compañera y finalmente, un 2% lo hacía marchando en las calles para hacer llegar sus pedidos al gobierno.

Tabla 18: Forma de aplicación de los convenios fundamentales y prioritarios de la OIT por los públicos objetivo de la Campaña por los Derechos Laborales de la Mujeres en el Perú – Proyecto TRABDEC (2006-2007)

¿De qué manera ha aplicado los Convenios Fundamentales y Prioritarios de OIT en Materia de Igualdad en defensa de sus derechos laborales?	% de sindicalistas
Fomentando y divulgando entre compañeras lo aprendido sobre derechos laborales y en otros ámbitos	12%
En las conversaciones con su pareja sobre las responsabilidades compartida	6%
En negociación colectiva	4%
Cuando hay abuso con los compañeros	2%
Marchando en calles para hacer llegar los pedidos al gobierno	2%
NS / NO	74%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

5.5.4. Logros y beneficios obtenidos por las centrales sindicales luego de la campaña:

Uno de los mayores logros alcanzados por la campaña fue la unidad de las centrales sindicales, la cual fue se puso de manifiesto a partir de la inauguración de la Campaña de Igualdad de Oportunidades, que se llevó a cabo el 8 de marzo de 2007. Cabe señalar que dicha unión se evidenció en el fortalecimiento y la articulación y que se mantuvo en todo el transcurso de la campaña.

“(...) nosotras debemos aprender a trabajar en frente único, más allá de las ideologías políticas y de los intereses fundamentales de las mujeres y me refiero a derechos sociales, culturales y políticos en general que en el país está muy echado de menos (...)”. **(Gloria Pérez – Representante del Departamento de la Mujer de la CGTP / 2007)**

Si bien cada secretaría tiene sus propias funciones en sus respectivas centrales, este trabajo conjunto ha demostrado que las mujeres están predispuestas a unirse en un objetivo común. En estos casos no resulta efectivo trabajar de manera aislada, teniendo en cuenta que el beneficio es para todas las mujeres trabajadoras de forma dependiente y de la economía informal.

“(...) en estos tiempos nosotras estamos viendo la posibilidad de unir fuerzas, esfuerzos para poder lograr que cada vez más se integren las mujeres y recuperar de algún modo los derechos que han sido conculcados. Me parece que esta campaña es oportuna”. **(Reneé Palomino - Secretaria de la Mujer de la CUT / 2007)**

“Tenemos que ir aprendiendo las mujeres a valorar las cosas que realmente nos unen porque definitivamente vamos a tener muchas cosas que nos van a separar, pero debemos de priorizar los puntos en común que estén por encima de todo y en la medida que podamos ver las cosas con esa visión, con esa mirada creo que podemos avanzar (...)”. **(Gilda Bueno - Secretaria de Género y Familia / 2007)**

A partir de esta alianza entre las secretarías de la mujer de las centrales sindicales (CGTP, CTP, CUT y CATP), la cual se concreta el día de la Mujer (8 de marzo de 2007) se crean las condiciones en el gremio sindical para exigir al gobierno que establezca dos políticas públicas muy claras: la ratificación del Convenio N° 183 OIT sobre de Protección a la maternidad y la implementación de la Ley de Responsabilidades Familiares Compartidas que se refiere al Convenio 156 de la OIT.

“(...) es el momento de trazar políticas públicas, que logremos ganar la confianza de las mujeres que para nosotros es fundamental articular el movimiento sindical al movimiento social de mujeres para que luego junto con esa articulación, sin dejar de lado a los compañeros y a los hombres entender que nuestra lucha es también por el poder (...) por tanto nosotras debemos luchar por ocupar ese espacio que está vacío, que es del poder que nos corresponde (...)”. **(Gloria Pérez – Representante del Departamento de la Mujer de la CGTP / 2007)**

“(...) definitivamente unificar criterios, buscar los puntos comunes no es sencillo. Realmente porque muchas veces imperan otras cosas, es todo un proceso ojala se logre entender y todos caminar en una ruta y eso es lo que cuesta y es por eso que no tenemos un avance sustancial en el trabajo unitario con las 4 centrales sindicales pero sin embargo estamos también haciendo lo nuestro pero ya será el próximo año (...)”. **(Gilda Bueno - Secretaria de Género y Familia / 2007)**

Uno de los primeros logros que se tuvo con este trabajo articulado fue la participación en la elaboración de la Ley de Igualdad de Oportunidades (LIO) la cual fue promulgada el 15 de marzo de 2007. Existe un artículo que refiere específicamente a los derechos de los/las trabajadores más vulnerables: trabajadoras del hogar y de la economía informal.

“(...) Para nosotras ha sido una experiencia muy buena porque coincide que empezamos a convocar a las cuatro centrales sindicales cuando el trabajo tenía un buen avance en el Congreso. Yo sé que el contenido de esta Ley (de Igualdad de Oportunidades) coge mucho la reivindicación de las mujeres trabajadoras y yo quiero aprovechar esta oportunidad para resaltar algo. El que justamente la ley contenga los puntos que beneficia a la mujer trabajadora, es porque hubo una persona muy

identificada al movimiento sindical que viene trabajando con nosotras participando muy activamente, me estoy refiriendo a la compañera María Bastidas (Presidenta de ADC). Entonces a través de ella y también por la voluntad de todas que participamos y logramos incorporar el artículo referido a lo laboral. Pero si hemos estado cuando la Ley se promulgó. Ahora la tarea es nuestra y de cómo empezamos a hacer el seguimiento a que se cumpla la ley, porque en el Perú tenemos tantas leyes, pero no se dan y creo también cometemos el error de quejarnos cuando realmente las partes interesadas, las protagonistas que somos nosotras, no desarrollamos estrategias de trabajo, en ese sentido.” (**Gilda Bueno - Secretaria de Género y Familia / 2007**)

Finalmente, cabe resaltar que, gracias a este trabajo articulado, dichas organizaciones concretaron, de manera interna, la actualizaron el Plan de Acción de Igualdad de Oportunidades de las Centrales Sindicales con auspicio de la OIT.

5.6. Situaciones problemas presentados en el desarrollo de la experiencia:

- **Con relación de la ONG ejecutora:**
 - El presupuesto destinado para la ejecución de la campaña de comunicación no fue suficiente para producir todos los productos comunicacionales que se entregaron y difundieron. Por lo mismo, se realizaron algunas coordinaciones no previstas con empresas y personas afines a los objetivos de la campaña para que nos puedan apoyar con la realización y producción de los materiales sonoros y audiovisuales, sin costo alguno.
- **En relación con el entorno cultural:**
 - Se ha podido identificar que aún predomina la cultura machista en nuestra sociedad, lo cual genera desigualdades entre mujeres y hombres en todos los ámbitos de acción. Los principales obstáculos

para que muchas mujeres puedan participar activamente en la vida sindical y ejercer su liderazgo, están ligados a la cultura predominante masculina aún vigente en las organizaciones sindicales.

- El lenguaje oral y escrito sexista invisibiliza a las mujeres. Asimismo, la jerga sindical, los prejuicios sociales, la idea concebida sobre el rol de la mujer, la ausencia de información, de apoyo y de formación sindical, y las dificultades de tiempo para compatibilizar las responsabilidades familiares, laborales y sindicales, son algunas características de la cultura masculina en los sindicatos.
- **En relación con sus organizaciones:**
 - En las organizaciones sindicales las mujeres también enfrentan diferentes formas de discriminación ya sea en su calidad de afiliadas o dirigentes lo cual es un problema importante que limita el fortalecimiento sindical. A esto se suma el accionar de las Secretarías de la Mujer, que en muchos casos no es reconocido como línea prioritaria de la acción sindical; y la no existencia de políticas específicas de promoción de la mujer y la limitada capacitación sindical que llega a un número muy reducido de mujeres.
 - Los estereotipos que las personas adquieren en el proceso de socialización respecto a las mujeres hacen que muchos hombres y algunas ellas aún se resistan a elegirlos en cargos de dirección

sindical. Estas circunstancias colocan a las mujeres en situación de subordinación y a los hombres en posición de decisión.

- Existe la necesidad de que las organizaciones sindicales propongan políticas y estrategias donde se promueva la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, para que así las mujeres también tengan la posibilidad de capacitarse y formarse como lo hacen los hombres.
- **En relación con las beneficiarias:**
 - La población beneficiaria era diversa; es decir, laboraban en distintas organizaciones y algunos lugares eran lejanos. Por este motivo, resultó difícil que la mayoría coincidieran en los horarios para los talleres y capacitaciones.

CAPÍTULO VI:

BALANCE DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

6.1. Propuestas para la superación de las dificultades presentadas.

- **En relación con la ONG ejecutora:**

La relación que se dio en todo el proceso fue de trabajo en equipo por parte de los profesionales que laboraban en la ONG ejecutora. Teníamos una visión compartida con respecto a la igualdad de oportunidades y el empoderamiento de la mujer. Esta visión hacía que surgiera la sinergia entre nosotros.

- **En relación con sus organizaciones:**

Se trataba de sostener un diálogo con los/as secretarios/as generales para que acrediten y gestionen los permisos correspondientes en sus centros laborales para que las mujeres sindicalistas puedan participar en estos eventos, jornadas y talleres que realizábamos.

Para facilitar la participación de las beneficiarias en la capacitación, se realizaron varios sondeos sobre los tiempos libres de las mujeres para establecer conjuntamente con ellas los horarios de desarrollo de las actividades. En las cartas de invitación que se les hacía llegar a las organizaciones sindicales, se mencionaba la entrega de certificación. Además, se trataba de mencionar que estas actividades se estaban

realizando conjuntamente con las Secretarías de la Mujer y/o Género y tenían respaldo de los/as secretarios/generales.

- **En relación con las beneficiarias:**

Cuando había un contacto directo con las mujeres sindicalistas, se les mencionaba que las actividades tenían el aval y respaldo de la Oficina Internacional del Trabajo – OIT/ ACTRAV.

En todo momento de la realización de las actividades se tuvo que convivir, interactuar y estar con la población. Esto reflejaba el interés que mostraba la institución por lo que les acontecía y servía para conocer a la población más de cerca.

6.2. Desaciertos de la experiencia:

Uno de los principales desaciertos de la experiencia fue el hecho de no realizar una línea de base con respecto al componente comunicacional en relación a los conocimientos, aptitudes y prácticas que tenían las mujeres sindicalistas y las trabajadoras de la economía informal con respecto a sus derechos laborales. Si se hubiera obtenido esta información antes de la elaboración del mensaje y los materiales comunicacionales, hubiera contribuido grandemente a una mayor efectividad en los resultados.

De la misma manera, la evaluación que se realizó al final, debió hacerse periódicamente. Asimismo, no se pudo saber exactamente lo que se

había avanzado porque no se tenía una comparación exacta del antes y después de la Campaña.

6.3. Resultados e innovaciones efectuadas en el proceso:

- La aprobación y promulgación de la ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres (Nº 28983) permitió obtener un marco normativo de referencia en materia laboral, para promover en las organizaciones sindicales y en las organizaciones de la economía informal la igualdad de género, y nosotras como organización especialista en temas de género, estuvimos presentes en la redacción del texto.
- Soporte técnico para la redacción y aprobación del artículo 6 de la Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres en el Perú (Ley Nº 28983).
- La difusión e información sobre los derechos laborales y los Convenios Fundamentales y Prioritarios de la OIT en materia de igualdad, constituye un instrumento capital para mejorar las condiciones y posición de las mujeres en la sociedad.
- La buena gestión de comunicación social: las relaciones públicas, advocacy (incidencia política) y los materiales didácticos con los que cuenta la institución contribuyeron de gran manera en las acciones

institucionales de los mandantes (gobierno, trabajadores y empleadores) para el lanzamiento de la Campaña de difusión de los derechos laborales de las trabajadoras del Perú, promoviendo la ratificación del convenio 183 – OIT por el Estado peruano, en alianza con el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social – MIMDES, centrales sindicales y organizaciones de empleadores.

- También esta buena gestión estuvo presente en la conformación de colectivos y mesas nacionales y regionales y locales, permitiendo ampliar nuestras redes de mujeres para realizar actividades de manera conjunta por un fin común: la igualdad de género.
- La apertura a los medios de comunicación masivos a través de notas de prensa, reportajes en televisión y entrevistas en radio para la difusión de la problemática de las mujeres trabajadoras de la economía informal y la labor que se viene realizando con ellas nos empieza a posicionar como una institución experta en el tema de trabajo ante toda la opinión pública.
- La realización de materiales educativos, informativos y comunicacionales nos sirven de soporte dado que cada uno de ellos refleja el trabajo que se viene haciendo a favor de nuestras beneficiarias transmitiendo los mensajes de acuerdo a la percepción que hemos podido analizar. También reflejan el trabajo que se viene realizando con ellas a favor de su sector.

- Hemos ampliado nuestras redes a instituciones públicas, gobiernos locales y regionales, Congreso de la República, organizaciones sindicales, organismos internacionales y organizaciones no gubernamentales posibilitando el trabajo conjunto y facilitando la incidencia en políticas públicas.
- La participación en mesas y colectivos de la institución informando y comunicando la problemática laboral de las mujeres trabajadoras de la economía informal y formal viabiliza nuestra inserción en las redes de mujeres que trabajan sobre el tema de género y trabajo, reconociendo nuestra labor con invitaciones a ponencias en conferencias, eventos y encuentros como especialistas sobre el tema de género y trabajo.
- La producción de materiales de comunicación audiovisuales (canciones lemas, spots radiales y videos documentales) referentes a la problemática laboral son de suma importancia para una mayor sensibilización, no sólo de nuestras mismas beneficiarias, las que se concientizan con los mensajes reiterativos que escuchan , haciéndolos propios y cambiando de actitud con respecto a sus expectativas de una mejora en su calidad de vida (canciones lema y spots de radio) ; sino también de aquellas autoridades políticas y empleadores que no conocen esta realidad y la aprecian a través de estos medios de comunicación (videos).

CONCLUSIONES

- **Para las beneficiarias:**

- Es preciso trabajar conjuntamente con la población, **conocer sus percepciones, sus conocimientos, sus aptitudes, sus opiniones y sus prácticas** sobre cualquier tema relacionado a ellas, de acuerdo a su género (mujer y hombre) y entorno (trabajadoras sindicales y trabajadoras informales). Esto quiere decir que, para realizar cualquier Plan de Comunicación, antes que nada, se debe hacer una investigación cuantitativa y cualitativa comunicacional en la cual obtendremos de nuestra población beneficiaria información fundamental para poder realizar con éxito nuestra intervención ya que nos permitirá diseñar los mensajes precisos para una mejor comprensión por parte de ellas/os.
- El trabajo que se realiza con las beneficiarias implica una relación más emocional porque mientras ocurre el proceso de la ejecución del proyecto, la cotidianidad hace se compartan vivencias, expectativas y anhelos de un cambio de vida; y esta experiencia es muy importante para su aprendizaje.

- **Para los proyectos de desarrollo:**

Es necesario trabajar los Proyectos con una planificación realista cuidando de no caer en metas no factibles a corto plazo. Respetando las fechas acordadas en el Plan de Trabajo. Esto hará que los productos y resultados obtenidos sean cada vez de mejor calidad y con una mayor elaboración para no caer en las improvisaciones y mediocridades.

Nuestra institución ya está en la vista de muchas organizaciones de mujeres y debemos de crear nuestra propia identidad institucional para proyectar una buena imagen ante la opinión pública.

- **Para la línea de trabajo en comunicación:**

En la línea de comunicación para el desarrollo, es muy importante trabajar de manera ordenada y planificada con la población. De ella se puede obtener información importante. Ésa es la base para que la ejecución del proyecto sea exitosa: centrarnos en nuestro público. También es esencial trabajar con una línea de base con respecto al componente comunicacional.

Para ello, necesitamos utilizar herramientas de investigación para poder realizar una buena comunicación estratégica y diseñar Planes de comunicación que incluyan: el análisis, planificación, desarrollo y prueba de materiales, ejecución, monitoreo y evaluación.

Por otro lado, está la línea de comunicación corporativa, en la cual se han desarrollado mayormente las relaciones públicas de la institución. En el Planeamiento estratégico pudimos concluir algunos rasgos de la identidad corporativa de nuestra institución, pero faltó el diseño de la estrategia comunicacional para proyectar nuestra imagen como institución. Lo esencial es tener en cuenta que la imagen de la institución

la damos cada una/o de nosotras/os no sólo la línea de comunicación:
cada trabajador/a es la institución.

RECOMENDACIONES

- **Para la línea de trabajo en comunicación:**

Se recomienda trabajar con los beneficiarios o el público objetivo de la mano para que pueda existir una retroalimentación permanente con respecto a la ejecución de la campaña de comunicación y el proyecto en sí, de esta manera podremos llegar de una manera más optima a nuestros públicos.

- **Para los proyectos de desarrollo:**

Es preciso elaborar una LINEA DE BASE Y UN DIAGNÓSTICO O AUDITORÍA DE COMUNICACIÓN antes de la ejecución de los proyectos, no solo para conocer los intereses del público objetivo a quien va dirigido, sino también para conocer los medios de comunicación que utilizan e incluirlos en las estrategias, a fin de alcanzar los objetivos y las metas propuestas en el proyecto.

- **Para la línea de trabajo en comunicación:**

Se debería diseñar el plan de campaña de comunicación paralelamente con el diseño del proyecto de desarrollo, para definir objetivos, estrategias y metas de comunicación que se desprendan de los objetivos del mismo y para que exista un presupuesto acorde con el impacto que se requiere.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Apropo (2000). *Mercadeo social de servicios de salud. Manual de Autoaprendizaje* (Módulo 4). Ediciones APROPO.

Banco Mundial (2001). *Hacia la integración de sexos en el desarrollo económico mediante la igualdad de derechos, recursos y participación*. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/ Banco Mundial.

Bastidas, M. (2001). *Participación laboral y sindical de la mujeres en el Perú durante los noventa. Proyecto "Fortalecimiento de las organizaciones sindicales para el diálogo social tripartito y el desarrollo socio-económico de la región"*. Oficina Internacional del Trabajo.

Bastidas, M. (2008). *La trabajadora informal en el Perú. Situación y Perspectivas* (1ª ed). Asociación de Desarrollo Comunal.

Bastidas, M. (2012). *Las mujeres y la precariedad del trabajo en la economía informal. Hacia una economía con trabajo decente (el caso de Lima y Huaura)* (1ª ed) . Asociación de Desarrollo Comunal.

Gutierrez, C. & Wiegold, M. (2000). *Guía del planificador IEC. Planeamiento Estratégico de la Comunicación Educativa*. Proyecto Salud y Nutrición Básica - Ministerio de Salud.

Ibarra, D. (2008). *Manual de comunicación sindical* (Manual N°4). Colección Formación Sindical.

Portugal, A. & Torres, C. (1996). *Por todos los medios* (N°23). Ediciones de las mujeres.

Rodríguez, C. & Obregón, R. (2002). *Estrategias de comunicación para el cambio social*. Ediciones Friedrich-Ebert-Stiftung

Webgrafía:

www.catperu.wordpress.com

www.ilo.org

www.inei.gob.pe

www.vanguardiaaprista.com

www.cgtp.org.pe

